

Materiał prasowy, xx.02.2023.

**9 na 10 kobiet w Polsce obawia się inflacji, a 6 na 10 utraty pracy. Finansowy portret Polki A.D. 2023**

**Czy kobiety gorzej w niż mężczyźni radzą sobie w tematach związanych z ekonomią i mają lekką rękę do wydawania pieniędzy? Robią zakupy pod wpływem emocji? Wyniki badania przeprowadzonego przez Intrum[[1]](#footnote-1) obalają najpopularniejsze mity dotyczące podejścia kobiet do finansów. Jaki jest zatem obraz polskiej konsumentki A.D. 2023? Kobiety częściej niż mężczyźni narzekają na swoją sytuacją finansową i obawiają się  
 o przyszłość, nie dlatego, że to leży w ich naturze, ale z tego powodu, że są odpowiedzialne za zarządzanie domowym budżetem. W związku z tym są doskonale świadome wzrostu cen – są one problemem aż dla 93% respondentek. 1/3 kobiet (32%) pytanych przez Intrum i zaledwie 18% mężczyzn przyznaje, że obecnie są w znacznie gorszej sytuacji finansowej niż 12. miesięcy temu. Inflacja i wzrost stóp procentowych zmusiły niemałą grupę Polaków do sięgnięcia po kredyty czy pożyczki, by regulować bieżące rachunki, ale jak pokazuje dane, to kobiety lepiej panują nad zaciągniętymi zobowiązaniami. Co 5. Mężczyzna (20%) przyznaje, że nie do końca orientuje się, ile pieniędzy są w sumie winne swoim wierzycielom. Wśród kobiet odsetek ten spada do 14%.   
Czy kobiety mają większe szanse, by przejść przez kolejny kryzys finansowy bez większych konsekwencji. Wiele na to wskazuje.**

**Realistyczne spojrzenie kobiet na sytuację finansową**

Zdecydowanie więcej kobiet (75%) niż mężczyzn (64%) uważa, że rosnące rachunki mają negatywny wpływ na ich samopoczucie. Te są dysproporcję również widać w tym, ile respondentek badania Intrum oraz ilu respondentów podpisało się pod stwierdzeniem, że ich rachunki rosną szybciej niż pensje (74% kobiet i 64% mężczyzn), a także   
w odpowiedzi na pytanie, które z czynników będą mieć największy negatywny wpływ na dobrobyt finansowy ankietowanych w ciągu kolejnych 12. miesięcy.

Bez wątpienia takim zjawiskiem jest dalszy wzrost stóp procentowych – obawia się go 82% kobiet i 71% mężczyzn.   
6 na 10 ankietowanych kobiet (60%) i 5 na 10 pytanych mężczyzn (50%) boi się utraty pracy, jako głównego źródła dochodów. Dla wszystkich spory problemem są rosnące ceny żywości i innych dóbr konsumpcyjnych, ale to kobiety bardziej obawiają się podwyżek (93% kobiet vs 85% mężczyzn). To również tłumaczy, dlaczego 59% respondentek   
i 51% respondentów Intrum przyznaje, że inflacja ma bardzo negatywny wpływ na ich finanse.

Czy faktycznie kobiety mają powody, by narzekać na swoją sytuację finansową, czy wyniki badania Intrum odzwierciedlają stereotyp mówiący o tym, że kobiety z natury bardziej się przejmują i generalnie są bardziej emocjonalne od mężczyzn?

– *Odpowiedzi raczej należy szukać w tradycyjnym podziale ról, który nadal istnieje w wielu polskich domach. Bardzo często to kobiety nadal są odpowiedzialne za zarządzanie domowym budżetem i codzienne zakupy. W związku z tym mają świadomość tego, co, ile kosztuje, wzrostu kosztów życia, których doświadczamy wszyscy. A ta świadomość   
z kolei przekłada się na konkretne obawy czy negatywne ocenianie dobrobytu finansowego. 32% kobiet pytanych przez Intrum i zaledwie 18% mężczyzn przyznaje, że obecnie są w znacznie gorszej sytuacji finansowej niż 12. miesięcy temu. Jeżeli dołożymy do tego fakt, że kobiety zarabiają mniej niż mężczyźni, to negatywnie nastawienie kobiet wcale nie jest bezpodstawne* – komentuje **Edyta Stawowa, ekspert Intrum.**

Kobiety jednak nie poprzestają na „narzekaniu” na swoją obecną sytuację finansową. Z danych zebranych przez Intrum wynika, że to one są bardziej skłonne niż mężczyźni podejmować konkretne działania, by poprawić stan swoich finansów, takie np., jak szczegółowe przyjrzenie się wydatkom, by sprawdzić, na co właściwie wydawane są pieniądze i dokonanie zmiany złych nawyków w tym obszarze (76% kobiet i 69% mężczyzn).

Co ciekawe, to mężczyźni częściej niż kobiety (47% vs. 36%) deklarowali, że poproszą swojego pracodawcę   
o podwyżkę, by zdobyć dodatkowe środki na rosnące koszty życia.

**Kobiety lepiej radzą sobie z zaciągniętymi długami**

Dane zebrane przez Intrum zdecydowanie obalają jeden z popularniejszych mitów dotyczących podejścia kobiet do finansów, mówiący o tym, że płeć żeńska jest rozrzutna, i że kobiety wydają pieniądze pod wpływem emocji. Potwierdzają natomiast powyższą uwagę, że to kobiety w polskich rodzinach są odpowiedzialne z prowadzenie domowej kasy i podchodzą do tej kwestii odpowiedzialnie.

74% kobiet i mniej, bo 68% mężczyzn deklaruje, że odkąd stopy procentowe w naszym kraju zaczęły rosnąć, z rezerwą podchodzi do zaciągania kolejnych zobowiązań finansowych. „Tylko” 14% respondentek Intrum przyznaje, że nie do końca orientuje się, ile pieniędzy są w sumie winne swoim wierzycielom. W przypadku panów odsetek ten wzrasta do 20%. Prawie tyle samo pytanych (19%) płci męskiej przyznaje, że nie panuje nad tym, ile co miesiąc wydaje na subskrypcje online. Pod tym stwierdzeniem podpisuje się zaledwie 12% kobiet. Więcej mężczyzn (26%) niż kobiet (19%) obecnie ma większe trudności ze śledzeniem wszystkich swoich krótkoterminowych zobowiązań finansowych (na kartach kredytowych lub w pożyczkach), niż to miało miejsce 12. miesięcy temu. Na pewno nie pomaga w tym fakt, że panowie (24%) częściej niż panie (15%), korzystają z limitu na karcie kredytowej, by kupić prezent drugiej połówce.

– *Z pewnością można pokusić się o to, by powyższe dane zinterpretować w różnych sposób, jednak na ich podstawie nie można nie zgodzić się ze stwierdzeniem, że to kobiety lepiej radzą sobie z zarządzaniem budżetem domowym   
i generalnie mają większą kontrolę nad sprawami finansowymi. A jeżeli taką mamy tendencję, to należy przyznać, że to kobiety mają większe szanse, by przejść przez kolejny kryzys finansowy bez większych konsekwencji* – zauważa **Edyta** **Stawowa, ekspert Intrum.**

Jeżeli chodzi o cele, na które wydawane są pieniądze i nadawanie priorytetów wydatkom, praktycznie nie ma różnic między obiema płciami. Zarówno kobiety, jak i mężczyźni na pierwszym miejscu na tej liście stawiają zapłatę czynszu (34% vs 32%), na drugim zapłatę rachunków za tzw. media (gaz, woda, prąd) (32% vs. 29%), a na trzecim spłatę hipoteki (10% vs 9%). Respondenci Intrum zapytani o to, z zapłaty jakiego rachunku zrezygnowaliby w pierwszej kolejności, gdyby zmusiła ich do tego sytuacja finansowa, także pozostają zgodni. 61% kobiet i 57% mężczyzn przyznaje, że byłby to rachunek za zakupy w sklepach internetowych/za zamówienia online.

**Kobiety nie są zadowolone z tego, ile oszczędzają**

W obecnej sytuacji ekonomicznej, raczej wszyscy staramy się oszczędzać. Zgodnie z deklaracjami ankietowanych, każdego miesiąca gotówkę odkłada 68% kobiet i 78% mężczyzn. Czym można tłumaczyć tę różnicę?   
  
– *Tutaj ponownie należałoby się odnieść do tego, kto w danym gospodarstwie zarządza wydatkami – jeżeli to kobiety są odpowiedzialne za płacenie rachunków i radzenie sobie ze zwiększonymi kosztami życia, to nic dziwnego, że będą deklarować w stosunku do mężczyzn mniejszą skłonność do oszczędzania. Jeżeli kobiety maj realnie mniej pieniędzy do dyspozycji każdego miesiąca, to oczywiste, że będą również w stanie również mniej odkładać –* dodaje **Edyta Stawowa, ekspert Intrum.**

To tłumaczy, dlaczego więcej kobiet (78%) niż mężczyzn (68%) jest niezadowolonych z kwoty, jaką udaje im się oszczędzić każdego miesiąca. Zdecydowanie więcej respondentek (79%) niż respondentów (64%) obawia się, że nie będzie je stać na wygodną emeryturę.

Dlaczego oszczędzamy? Głównym powodem jest zabezpieczenie się przed niespodziewanymi wydatkami i w tym przypadku kobiety i mężczyźni prezentują takie samo podejście (odpowiednio po 35%).

**Polki bardziej zaprzyjaźnione z „filozofią” *sustainability*?**

Polacy są coraz bardziej świadomymi konsumentami, dla których znaczenie ma to, skąd pochodzi dany towar czy   
w jaki sposób został wyprodukowany. Nic dziwnego, chcemy wiedzieć, na co wydajemy pieniądze. Ten trend nasilił się w czasie korona-kryzysu i jego znaczenie cały czas rośnie. Łączy się z „filozofią” *sustainability.* Choć wydaje się, że zadomowiła się w naszym kraju na dobre, to jednak jest nieco bliższa kobietom.

Dla przykładu, 68% kobiet deklaruje, że natychmiast przestałyby kupować produkty/usługi firmy, gdyby uważały, że dyskryminuje ona swoich klientów ze względu na ich pochodzenie społeczne lub etniczne. W przypadku mężczyzn odsetek ten spada do 57%. Ale tyle samo kobiet i mężczyzn – blisko 6 na 10 konsumentów (57% w przypadku obu płci) przyznaje, że nie kupiłaby nic od firmy, o której wiadomo, że niszczy środowisko naturalne. 74% kobiet i 68% mężczyzn deklaruje, że coraz częściej starają się naprawiać stare przedmioty i dawać im „drugie życie”, niż ciągle kupować nowe rzeczy. Zdecydowanie więcej respondentek (85%) niż respondentów (73%) badania Intrum kupuje teraz mniej, w porównaniu do czasów sprzed wzrostów inflacji.

8 na 10 respondentek Intrum (80%) stwierdza, że kupowałoby jeszcze więcej produktów wyprodukowanych

w zrównoważony sposób niż to ma miejsc obecnie, ale na przeszkodzie stoją rosnące koszty życia. Dla porównania,   
w ten sam sposób uważa 71% zapytanych mężczyzn.

1. Wszystkie dane w materiale pochodzą z badania przeprowadzonego przez Intrum, na podstawie które powstał raport *European Consumer Payment Report 2022*, listopad 2022. [↑](#footnote-ref-1)