

Opt din zece români cred ca preturile vor creste în medie cu 25% în perioada urmatoare (studiu)

Opt din zece români cred ca în perioada urmatoare preturile vor creste în medie cu 25%, arata un studiu realizat recent de Ipsos pentru ING Bank.

În acest context, pentru a tine pasul, 80% dintre ei vâneaza reducerile si promotiile în cumparaturile zilnice si peste 50% au cheltuit mai putin pe articolele vestimentare, conform unui comunicat remis, marti, AGERPRES.

Totodata, 36% dintre participantii la studiu au spus ca au amânat cumpararea de bunuri de folosinta îndelungata (precum un autovehicul), 18% au amânat deschiderea propriului business, respectiv 16% au amânat schimbarea job-ului, în timp ce 14% înca se mai gândesc, momentan, cu privire la aducerea pe lume a unui copil.

"Studiul Ipsos ne-a aratat în ce masura au fost afectate comportamentele de consum si capacitatea de economisire ale românilor în ultima perioada. Cu toate ca se confrunta cu dificultati, românii sunt destul de reticenti în a folosi un buget lunar, fie ca vorbim de unul scris pe o hârtie sau gestionat într-o aplicatie. Mai mult de 40% dintre acestia se lasa ghidati de instinct sau de memorie atunci când îsi doresc sa economiseasca. De aceea, este important sa venim în sprijinul lor si sa oferim informatii accesibile si practice care sa îi ajute sa fie mai sanatosi din punct de vedere financiar. Un exemplu în acest sens este platforma Cât ai spune Leu care se adreseaza tuturor celor care vor sa îsi organizeze mai bine bugetul", a declarat Wenka Booij, director Ad-Interim Marketing, Comunicare si Sustenabilitate, ING Bank România.

Conform sursei citate, platforma "Cât ai spune Leu" ofera resursele necesare celor care vor sa îsi gestioneze mai bine bugetul prin informatii traduse într-un limbaj prietenos si usor de înteles. Toti cei interesati pot aprofunda subiectele de sanatate financiara în propriul ritm si în formate variate: articole informative, podcast-uri, sfaturi, calculatoare si instrumente menite sa simplifice parcursul catre sanatate financiara.

Printre acestea se numara: exemplu de plan alimentar saptamânal si lista de cumparaturi, fisa de setare a obiectivelor financiare, calculator de evitare a risipei.

"Impredictibilitatea financiara din ultimul timp i-a determinat pe români sa fie mai precauti când vine vorba de consum, în special la urmatoarele categorii: utilitati, cumparaturi zilnice, cumparaturi de îmbracaminte, iesit în oras si renovarea locuintei", mai sustin autorii studiului.

În privinta cumparaturilor de haine, peste jumatate dintre respondenti încearca sa reduca costurile. "Nici frecventa activitatilor de relaxare nu a ramas la fel, 50% dintre ei limitând iesitul în oras. 44% dintre români dau mai putini bani pe îngrijirea personala, iar 43% au fost nevoiti sa faca mai putin sport sau sa micsoreze bugetul pentru hobby-uri", arata studiul.

Cresterea preturilor la bunurile de consum zilnic a afectat majoritatea românilor. Prin urmare, mai mult de 30% se orienteaza catre marci mai ieftine si 22% consuma mai putin decât o faceau înainte.

"Preturile la utilitati reprezinta o îngrijorare pentru majoritatea românilor, astfel ca jumatate dintre acestia au renuntat la propriul confort si au scazut temperatura în locuinte în anotimpul rece, în speranta unor facturi mai mici la caldura. 7 din 10 români au încercat sa reduca costul facturilor, folosind mai putin aparatura electronica. În acelasi timp, 38% dintre participantii la studiu au amânat renovarea casei, iar 23% înca se mai gândesc legat de achizitia unei noi locuinte", sustin autorii studiului.

ING Bank România este parte a ING Group, institutie financiara internationala globala, care ofera servicii bancare unui numar de peste 38,4 de milioane de clienti individuali, companii sau institutii din peste 40 de tari. Înfiintata în 1994, ING Bank România este a patra banca în top 10 banci locale, conform activelor, si singura banca cu crestere organica, fara achizitii de portofolii de clienti sau alte banci. ING Bank România este o banca universala cu peste 1,7 milioane de clienti din trei segmente de business: persoane fizice (retail), companii IMM-uri si Mid-Corporate si Wholesale Banking.