

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: środa, 11, grudzień 2024 17:28

Ewelina Kocemba

Odśłony: 1284

---

Sezon jesienny przynosi nie tylko spadek temperatur i krótsze dni, ale także wyzwania emocjonalne dla wielu osób. Jak wynika z badania „Wpływ obniżonego nastroju na finanse”, przeprowadzonego na zlecenie Rejestru Dłużników BIG InfoMonitor, aż co trzeci Polak przyznaje, że zdarza mu się podejmować impulsywne decyzje zakupowe w celu poprawy nastroju wywołanego tzw. jesienną chandrą. Skutki tego zjawiska mogą mieć swoje odzwierciedlenie w sytuacji finansowej gospodarstw domowych, a także w kondycji sektora handlu detalicznego. Ten zmagają się z niepokojącymi wahaniem jeżeli chodzi o wyniki sprzedaży, a także rosnącym zadłużeniem, które na koniec września 2024 r. wynosiło już ponad 3,4 mld zł!

Analiza wyników badania zleconego na potrzeby BIG InfoMonitor pokazuje, że więcej kobiet (39 proc.) niż mężczyzn (24 proc.) sięga po portfel w chwilach obniżonego nastroju. Największą skłonność do impulsywnych zakupów wykazuje pokolenie Z – 48 proc. osób poniżej 25 roku życia przyznało się do takich działań, podczas gdy w grupie wiekowej 65+ odsetek ten wynosi zaledwie 16 proc. Co ciekawe, niemal połowa Polaków (46 proc.) deklaruje, że nie podejmuje tego typu decyzji, a 22 proc. nie doświadcza sezonowego pogorszenia nastroju.

W celu zwalczania jesiennej chandry Polacy sięgają najczęściej po produkty spożywcze, zwłaszcza słodkie (46 proc.), które kojarzą się z komfortem. Kolejne miejsca zajmuje odzież (37 proc.) oraz kosmetyki (24 proc.). Z kolei 10 proc. respondentów przyznało, że obniżony nastrój skłania ich do podejmowania ryzykownych decyzji finansowych, takich jak zaciąganie zobowiązań czy dokonywanie kosztownych zakupów. Ta tendencja jest szczególnie widoczna w dużych miastach (17 proc.) oraz wśród osób poniżej 35 roku życia (19 proc.).

– Sezonowy wzrost konsumpcji określonych produktów i towarów w okresie jesienno-zimowym to zjawisko łączące zarówno aspekty ekonomiczne jak i psychologiczne. Krótsze dni i chłodniejsza pogoda obniżają nastrój, skłaniając konsumentów do poszukiwania produktów poprawiających samopoczucie poprzez wyrzut endorfiny. Kluczową rolę odgrywają produkty sezonowe – od artykułów spożywczych, przez menu w restauracjach, po odzież i kosmetyki zimowe a także „słodkości”. Okres ten sprzyja również impulsywnym decyzjom zakupowym, co z jednej strony napędza sprzedaż, ale z drugiej może prowadzić do nadmiernego wydawania, co negatywnie wpływa na stan portfeli. Dodatkowo bardzo trzeba uważać na zakupy na raty. Trzeba zawsze pamiętać, że jest to dług, który trzeba oddać. A zaległe zobowiązania negatywnie wpływają na historię kredytową i płatniczą. Tracimy bowiem wiarygodność kredytową i płatniczą, co w przyszłości może skutkować odmową udzielenia kredytu czy pożyczki. Jednocześnie czas przedświąteczny, zdominowany przez promocje i intensywny marketing, wzmacnia skłonność do konsumpcji, często ponad indywidualne możliwości finansowe – tłumaczy dr hab. Waldemar Rogowski, główny analityk BIG InfoMonitor.

*Źródło: IP*