

Studiu realizat de Revolut | Românii continua sa calatoreasca si sa se distreze, în ciuda inflatiei mari



Inflatia mare a redus cheltuielile românilor cu utilitatile si serviciile, dar nu a afectat apetitul lor pentru calatorii si divertisment, se arata într-un studiu realizat de Revolut.

În primele noua luni ale anului 2022, românii au efectuat 141 de milioane de tranzactii cu Revolut, cu 20% mai multe decât în primele trei trimestre ale anului 2021. În acelasi timp, volumul total al platilor realizate cu aplicatia financiara s-a majorat cu 17%, în perioada ianuarie - septembrie 2022, fata de perioada similara din 2021.

Din datele agregate reiese ca, în ceea ce priveste comportamentul de consum al clientilor români, cea mai mare crestere, cu 71%, a fost înregistrata pentru cheltuielile generale.

Aceiasi categorie a fost pe primul loc si la cresterea numarului de tranzactii (42%).

Tendintele remarcate în primele trei trimestre ale anului, comparativ cu aceeași perioada din 2021, indica un comportament al consumatorului care oscileaza între satisfacerea nevoii de libertate de miscare, socializare si divertisment si precautia în privinta cheltuielilor pentru produse si servicii necesare în viata de zi cu zi.

Astfel, divertismentul a înregistrat o crestere importanta fata de aceeași perioada a anului trecut, cu 42% în privinta sumei totale cheltuite, urmat de platile în restaurante si pentru servicii turistice (31%). La polul opus, cele mai mari scaderi ale sumelor cheltuite au fost remarcate pentru servicii (-10%) si utilitati (-5%).

Impactul inflatiei asupra comportamentului de consum al românilor se vede din reducerea cheltuielilor/utilizator cu categorii de servicii si bunuri care erau în mod constant pe un trend de crestere - marfuri alimentare (-3,50%) si utilitati (-2,90%).

Pe de alta parte, revenirea la o mobilitate similara celei din perioada anterioara pandemiei de COVID-19 si relaxarea populatiei în privinta problemelor de sanatate se vede din trendul ascendent pentru cheltuielile de transport (suma medie/utilizator) care au crescut cu 18% si din reducerea cheltuielilor cu sanatatea, igiena personala si beauty (-1,6%).

Cu alte cuvinte, pandemia este de domeniul trecutului, iar inflatia si cresterea costului de trai sunt preocuparile constante ale românilor pentru ca acestea le pot afecta planurile de calatorie si fondurile pentru activitatile care îi relaxeaza.

În general, românii au fost mai atenți cu banii și au cheltuit mai puțin la shopping sau pentru "cosul zilnic", în supermarketuri. De altfel, în primele nouă luni ale anului, s-a constatat o reducere a ponderii cheltuielilor cu shopping-ul de la 20% la 17%, iar în cazul cumparaturilor din supermarket-uri, ponderea s-a diminuat de la 16% la 14%.

În schimb, a crescut ponderea cheltuielilor cu divertismentul (de la 14% la 17%), a celor din restaurante și cafenele (de la 9% la 11%) și a celor cu călătoriile (de la 7% la 8%), în totalul cheltuielilor realizate în primele nouă luni ale anului, față de primele nouă luni din 2021.

Inflația este și ea un factor care influențează acest comportament, iar aceasta se vede și din ponderea detinută de cheltuielile cu serviciile și utilitățile, aflate pe un trend descendent, în totalul cheltuielilor realizate de români (-2 puncte procentuale fiecare).

În perioada de referință, un utilizator de Revolut din România a cheltuit, în medie, 611 euro pentru divertisment, 470 euro pentru călătorii, 386 euro pentru shopping, 295 euro pentru produsele cumparate din supermarket-uri (marfuri alimentare, produse de uz casnic etc.), 282 euro în restaurante, cafenele, baruri și pentru servicii de catering.

Cel mai mic buget a fost alocat pentru sănătate, igiena personală și cosmetice (159 euro).

Categoria de vârstă care pare să nu fie afectată de creșterea prețurilor și de inflație este 18-24 ani. Clienții din acest segment de vârstă au fost singurii ale căror cheltuieli au crescut pentru toate categoriile de marfuri și servicii, cu 68% (primele 9 luni 2022 vs. primele 9 luni 2021).

Cea mai mare sumă medie/client cheltuită de această categorie a fost de 382 euro/client pentru divertisment. De asemenea, un client din același segment a cheltuit în primele nouă luni ale acestui an cu 35% mai mult pentru servicii de ospitalitate (în restaurante, cafenele, baruri).

La polul opus, categoriile de vârstă 25-34 și 35-44 au arătat mai multă prudență cu propriile bugete. Acestea au redus cheltuielile pentru cumparaturile din supermarketuri (-4%, respectiv -6%), cu serviciile (-13%, respectiv -19%), cu shopping-ul (-4%, respectiv -10%), cu utilitățile (-7%, respectiv -13%).

În timp ce bărbații au cheltuit mai puțin pentru servicii (-16%) și utilități (-9%), femeile au continuat să plătească mai mult, față de primele nouă luni ale anului trecut, pentru aproape toate categoriile de cumparaturi, mai puțin în cazul utilitatilor (-4%).

Suma medie cheltuită/tranzacție de o femeie a fost de aproximativ 33 euro, în timp ce pentru un bărbat a fost de 38 euro în medie/tranzacție.