

Vremea, oboseala si lipsa banilor contribuie la cea mai deprimanta zi a anului, Blue Monday (studiu)

Trei din zece români resimt ziua de Blue Monday, considerata cea mai deprimanta perioada a anului, drept una dintre cele mai dificile din an, iar principalele cauze ale starii de disconfort emotional sunt vremea rece, cheltuielile excesive din perioada sarbatorilor si oboseala acumulata, releva un studiu realizat de Raiffeisen Bank România si Appinio, companie globala de cercetare a pietei.

Studiul este primul din seria "DESPRE BANI 1:1" pe care Raiffeisen Bank o va realiza lunar pe subiecte ce tin de comportamentul financiar al românilor si impactul banilor asupra deciziilor de zi cu zi.

Conform cercetarii, cinci din zece români au auzit de Blue Monday, iar fenomenul este cunoscut în special în rândul persoanelor cu studii superioare si al bucurestenilor, acestia fiind mai constienti de impactul acestei perioade asupra starii lor emotionale si financiare.

Rezultatele studiului arata ca Blue Monday nu este doar un mit urban, ci o realitate comuna multor români, care îi afecteaza semnificativ, în special din punct de vedere financiar. Combinatia dintre facturi mai mari la utilitati, cheltuielile crescute din perioada sarbatorilor si vremea rece creeaza o presiune suplimentara asupra starii de bine, în general.

Luna ianuarie este perceputa de multi ca o perioada de restrictii. Conform studiului, 50% dintre respondenti își reduc cheltuielile sau își creeaza un buget strict (29%), iar 60% dintre respondenti indica un buget lunar mai mic în aceasta perioada.

În plus, 37% dintre respondenti considera ca situatia financiara le influenteaza starea emotionala. În aceasta perioada, mai mult de jumătate dintre români (53%) devin mai precauti cu cheltuielile, în timp ce 22% sunt mai predispusi la decizii impulsive. De asemenea, stresul financiar este resimtit mai puternic în familiile cu copii.

Bugetele mai mici si cheltuielile mai mari împing multi români sa adopte solutii de urgenta. Astfel, peste 40% dintre români apeleaza la economii sau credite pentru a face fata cheltuielilor de dupa sarbatori, în timp ce doar 4 din 10 folosesc aplicatii financiare pentru gestionarea bugetului. Aceste date subliniaza importanta unei mai bune planificari financiare.

Rezultatele studiului indica un comportament mai responsabil în rândul tinerilor cu vârste între 18 si 24 de ani. Acestia încearca sa economiseasca mai mult în ianuarie, iar segmentul 18-35 ani este mai deschis catre utilizarea aplicatiilor si a instrumentelor financiare pentru gestionarea bugetului, comparativ cu alte categorii de vârsta.

"Blue Monday nu trebuie sa devina o traditie deprimanta. Încurajam românii sa adopte o atitudine proactiva în gestionarea finantelor personale, mai ales în perioadele solicitante precum începutul de an. Solutiile pe care le punem la dispozitie pot ajuta în monitorizarea si optimizarea cheltuielilor, iar cu o planificare financiara personalizata si un control mai eficient al bugetului, putem transforma aceasta perioada într-una de echilibru", a declarat Mihail Ion, vicepresedinte, Divizia Piete de Capital, Servicii Bancare de Investitii si Planificare Financiara Personală, Raiffeisen Bank România, citat în comunicat.

Specialistii Raiffeisen Bank recomanda câtiva pasi pentru o gestionare eficienta a bugetului, care poate conduce si la îmbunatatirea starii emotionale: planificarea din timp - realizarea unui buget pentru luna ianuarie înca din decembrie, luând în calcul cheltuielile de sarbatori; prioritizarea cheltuielilor - separarea nevoilor de dorinte pentru a identifica unde poti economisi; folosirea instrumentelor digitale - aplicatiile financiare pot ajuta la

monitorizarea si controlul cheltuielilor în timp real; construirea unui fond de rezerva - alocarea, lunar, a unei sume mici pentru situatii neprevazute.

Studiul Raiffeisen Bank România, în colaborare cu Appinio, reprezentativ la nivel national, de tip CAWI, a fost realizat pe un esantion de 700 de respondenti.

Blue Monday este un termen inventat pentru a descrie a treia zi de luni din ianuarie, care este considerata cea mai deprimanta perioada a anului. Conceptul a fost promovat initial de catre o agentie de turism din Marea Britanie si a fost popularizat printr-o formula dezvoltata de psihologul Cliff Arnall. Formula includea variabile cum ar fi: conditiile meteo nefavorabile din ianuarie, datoriile acumulate dupa sarbatorile de iarna, motivatia scazuta la început de an, durata mare pâna la urmatoarea vacanta etc.

Raiffeisen Bank activeaza pe piata bancara din România deservind peste 2,2 milioane de clienti, persoane fizice si juridice.