

Cheltuielile românilor



MARKET RESEARCH



Context

Date generale

Februarie 2022

Studiu realizat de



MARKET RESEARCH

Cuprins

01

Prezentare Cult Market Research

Informații generale

02

Context

Date publice din studii similare.

03

Metodologie

Prezentarea modului de realizare a studiului.

04

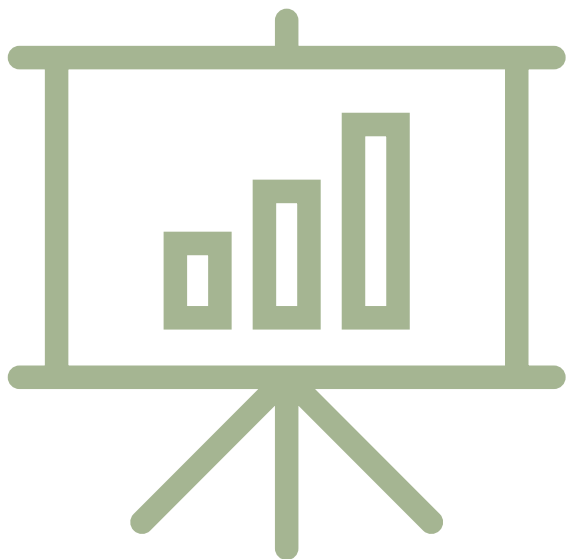
Rezultate

- Nivel de stres financiar provocat de plata facturilor la utilități;
- Percepții legate de valorile medii ale facturilor raportate la confortul oferit;
- Proporția din venitul familiei pentru plata utilităților;
- Proporția din venitul familiei destinată achiziționării hranei.

05

Concluzii

Interpretare date și prezentare principale aspecte identificate.

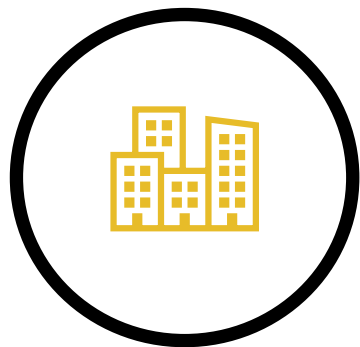




Cult Research



Prezentarea Cult Research



Cult Research este o companie românească de cercetare de piață înființată în urmă cu 13 ani. Agenția își propune să ofere soluții de consultanță prin cercetare agilă ajutând companiile, instituțiile și organizațiile neguvernamentale (inclusiv internaționale) să-și crească performanța adaptându-se mereu în funcție de nevoile consumatorului. Serviciile oferite se adresează unor domenii cât mai variate: agribusiness, banking, auto, comunicare, administrație publică, FMCG, retail etc.



Pentru conectarea cu consumatorii din diverse medii folosim cele mai noi tehnologii de cercetare: comunități online (MROC), paneluri online de consumatori (CultIO), call center remote, video online focus grupuri, agile & instant surveys.



Cult Research își dorește să contribuie la buna funcționare a societății prin oferirea de analize și informații cu privire la diferite teme de interes național. Ne folosim expertiza pentru a oferi informații ce pot contribui la realizarea schimbărilor pe care le doresc românii. Astfel participăm la conturarea unei societăți în care calitatea vieții este îmbunătățită constant.





Context



Context: Cheltuielile cetățenilor Uniunii Europene în anul 2020

În medie, în cadrul Uniunii Europene, în anul 2020, din totalul cheltuielilor, 26% era dedicat cheltuielilor legate de întreținere, apă, gaze și alți combustibili și electricitate. Mai mult, mâncarea și băuturile non-alcoolice au reprezentat 15% din totalul cheltuielilor. Alte cheltuieli sunt:

- transportul (12%);
- recreere și cultură (8%);
- mobilă și alte echipamente casnice (6%);
- restaurante și hoteluri (6%);
- sănătate (4%);
- băuturi alcoolice și țigări (4%);
- îmbrăcăminte și încălțăminte (4%);
- comunicații (3%);
- educație (1%);
- alte bunuri și servicii (11%).



26%



15%



12%



MARKET RESEARCH

Sursa: Eurostat

Context: Situația cheltuielilor românilor în anul 2020

Potrivit studiului Eurostat din 2020, românii cheltuiesc cel mai mult pe mâncare și băuturi non-alcoolice (26%), apoi pe plata utilităților (apă, electricitate, gaze și alți combustibili, întreținere) în proporție de 19%. Procentul din venit dedicat procurării de mâncare și băutură este mai ridicat cu 11% în România, comparativ cu media Uniunii Europene. De asemenea, proporția stabilită pentru plata utilităților este mai scăzută cu 7% în România față de Uniunea Europeană.

Proporțiile pentru alte cheltuieli sunt următoarele:

- transport (11%);
- recreere și cultură (6%);
- mobilă și alte echipamente casnice (7%);
- restaurante și hoteluri (4%);
- sănătate (6%);
- băuturi alcoolice și țigări (6%);
- îmbrăcăminte și încălțăminte (6%);
- comunicații (4%);
- alte bunuri și servicii (4%)
- educație (1%).



26%



19%



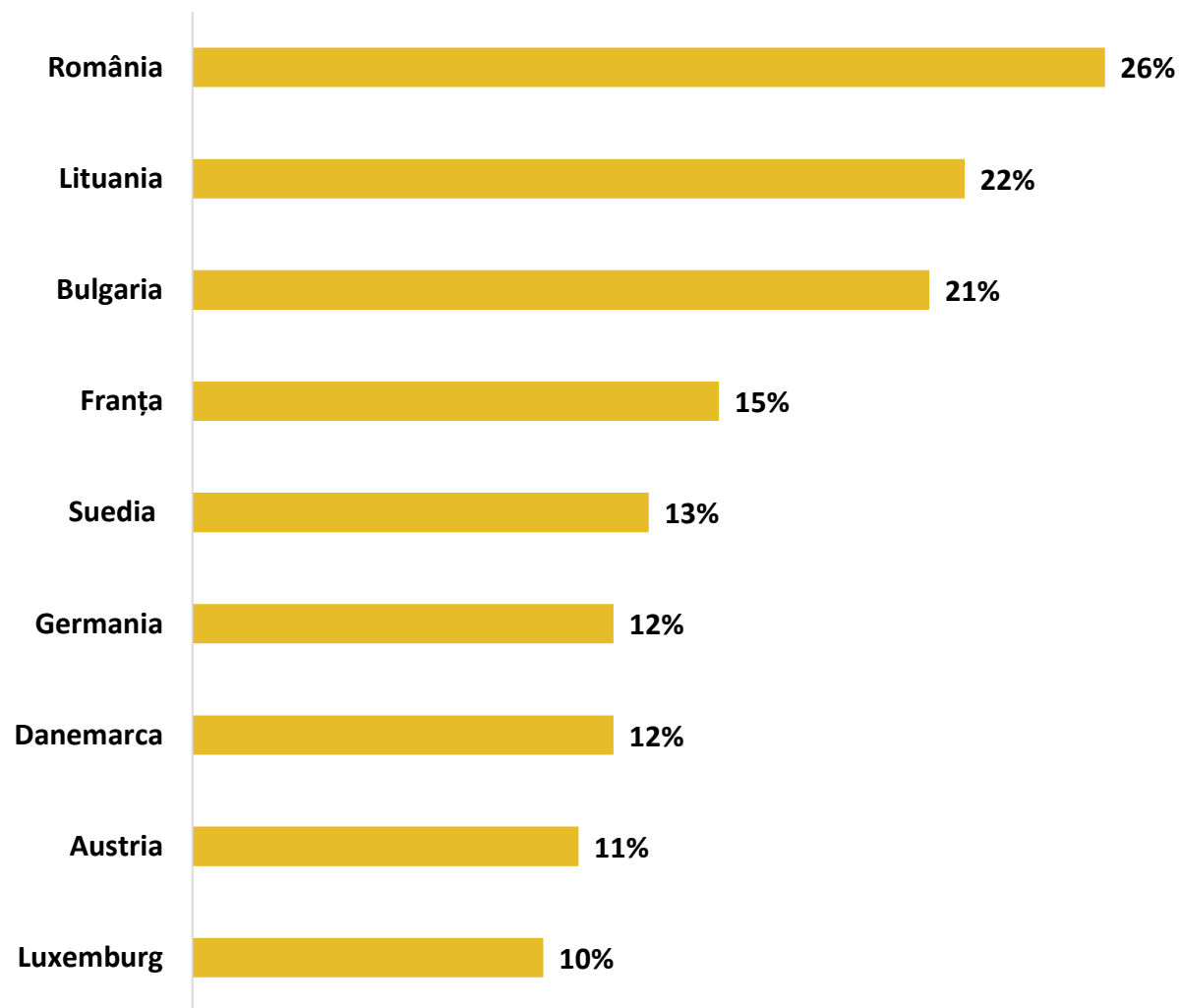
11%



MARKET RESEARCH

Sursa: Eurostat

Context: Proportia cheltuielilor pentru hrană și băutură non-alcoolică în 2020 în cadrul Uniunii Europene



Sursa: Eurostat

Dintre statele analizate în cadrul studiului Eurostat din anul 2020, România ocupă primul loc în privința cheltuielilor cu privire la achiziționarea hranei. La polul opus, observăm faptul că statele dezvoltate atribuie un procent mai redus pentru mâncare și băutură. Spre exemplu, Luxemburg, Austria, Danemarca și Germania nu dedică mai mult de 15% din venitul gospodăriei în acest scop.





1. Objective



obiectivele studiului



Nivelul de stres financiar provocat de plata facturilor la utilități;



Percepții legate de valorile medii ale facturilor raportate la confortul oferit;



Identificarea proporției din venitul familiei pentru plata utilităților;



Identificarea proporției din venitul familiei dedicată achiziționării hranei.



Sursa: Pixabay



MARKET RESEARCH



2. Metodologie



Metodologie



metodă cercetare

Anchetă sociologică cantitativă pe bază de chestionar



tip studiu

Cantitativ
realizat online prin intermediul
panelului CultIO



populație țintă

Persoane adulte cu acces la internet
Eșantion: 916 de persoane



3. Resultate



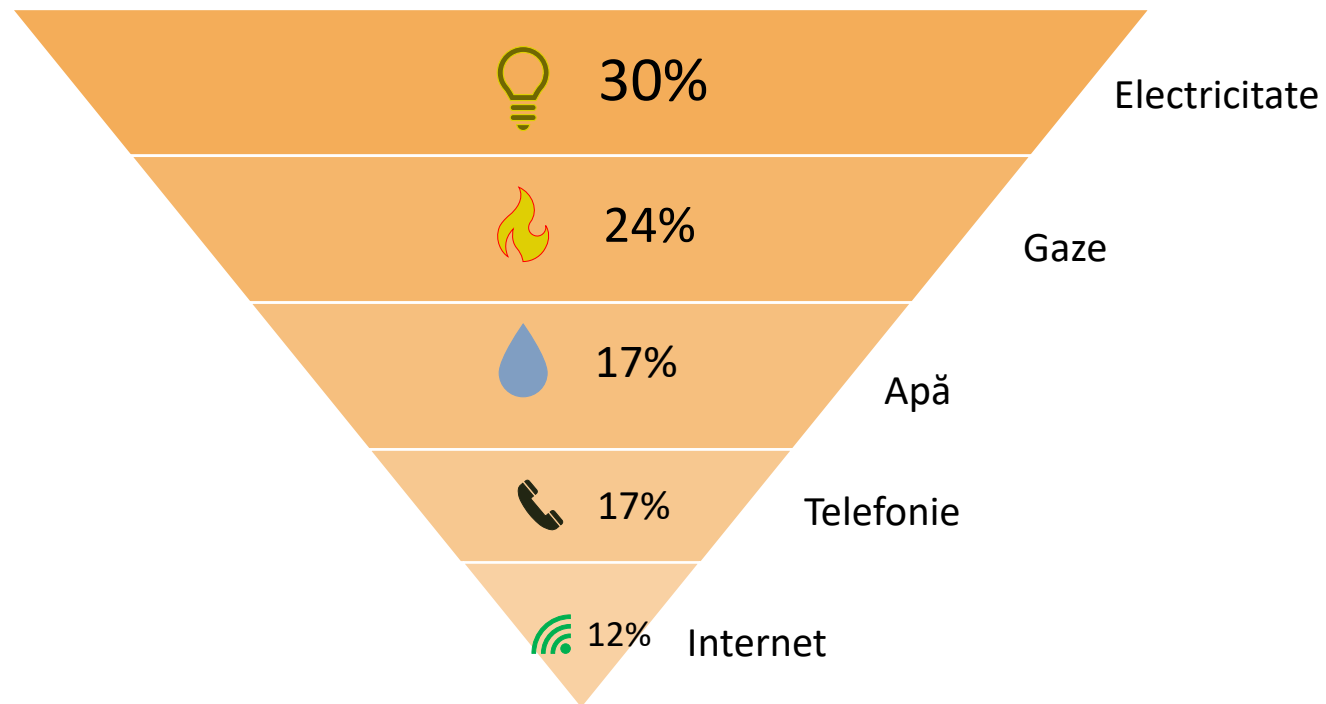


**A. Nivel de stres financiar
provocat de plata facturilor
la utilități**



Nivel de stres financiar provocat de plata facturilor la utilități

Întrebare de
ierarhizare



**pentru calcularea punctajului, s-a folosit media ponderată.*

Dintre toate tipurile de utilități, nivelul de stres financiar cel mai crescut este provocat de plata facturilor la electricitate, urmat de plata facturilor la gaze. În schimb, facturile la internet conduc la cel mai redus nivel de stres financiar.



C1. Vă rugăm să ordonați începând cu cel mai ridicat grad de stres financiar pe care vi-l provoacă plata lunară a următoarelor facturi la utilități

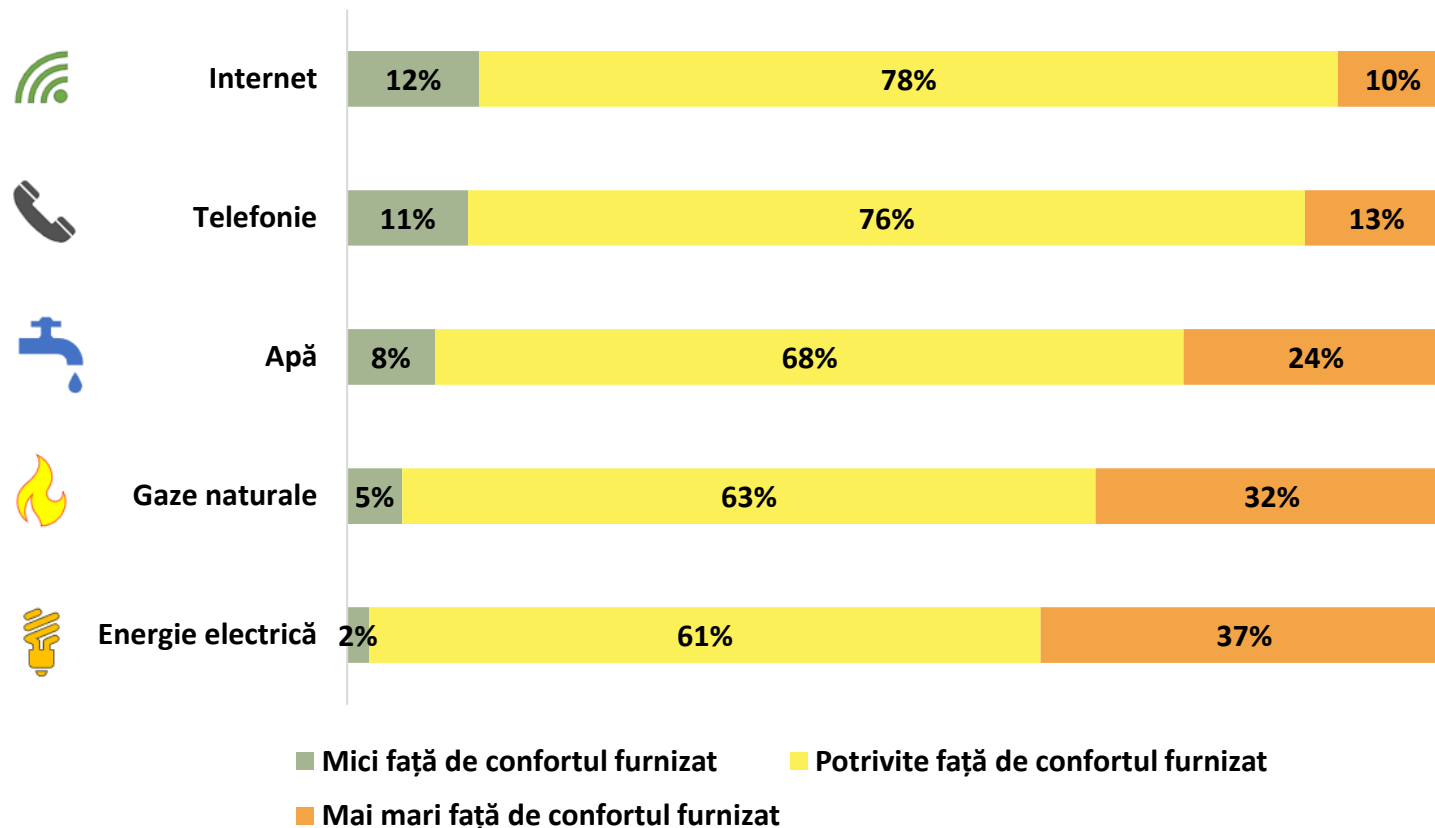



**B. Percepții legate de
valorile medii ale
facturilor**




Percepția cu privire la valorile medii ale facturilor la utilități raportat la nivelul de confort furnizat

Românii se declară cei mai mulțumiți de valorile facturilor la internet și telefonie. Astfel, peste 85% dintre subiecții studiului au declarat că acestea sunt potrivite sau chiar mai mici față de confortul furnizat. Pe de altă parte, peste o treime dintre respondenți sunt de părere că valorile medii ale facturilor la electricitate sunt mai mari decât confortul oferit.





**C. Procentul din venitul
familiei destinat plății
utilităților**



Procentul din venitul familiei destinat plății utilităților

51%

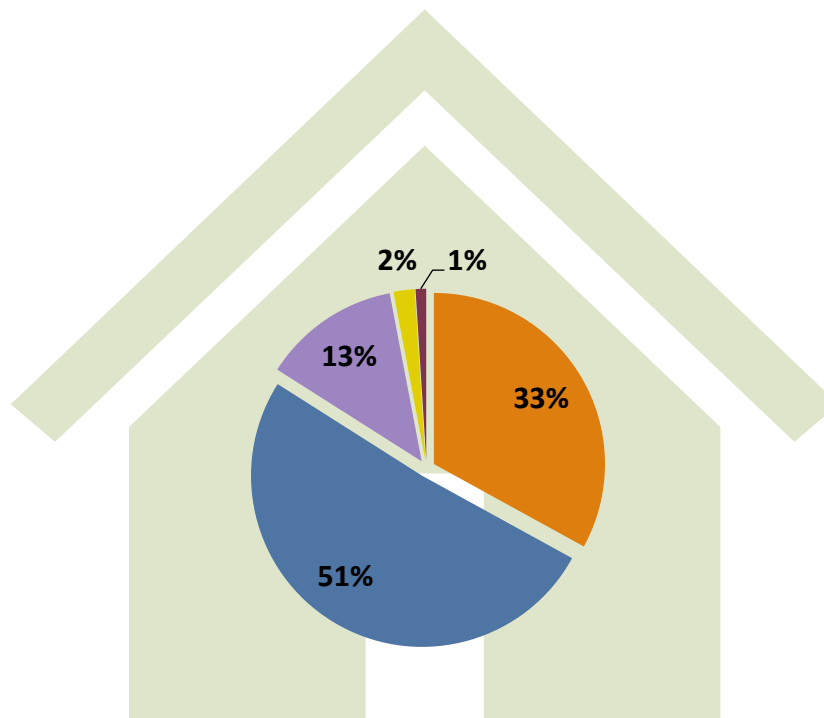
10-30% din venitul familiei

Lunar, peste jumătate dintre români cheltuie între 10- 30% din venitul lunar al familiei pe plata utilităților.

13%

31-50% din venitul familiei

În proporție de 13% dintre români cheltuie între 31-50% din venitul familiei pentru plata utilităților.



33%

Sub 10% din venitul familiei

O treime dintre români cheltuie pe plata utilităților mai puțin de 10% din venitul familiei.

2%

51-70% din venitul familiei


Doar 2% dintre români dedică între 51-70% din venitul familiei în scopul achitării utilităților.

1%


71-90% din venitul familie

Lunar, doar 1% dintre subiecții studiului dau între 71-90% pe achitarea utilităților.





**D. Procentul din
venitul familiei
destinat
achiziționării hranei**



Procentul din venitul familiei destinat achiziționării hranei

5%

Sub 10% din venitul familiei

Lunar, doar 5% dintre români cheltuie sub 10% din venitul familiei pentru hrană.

41%

10-30% din venitul familiei

Peste o treime dintre români, în proporție de 41% dau între 10-30% din venitul familiei pentru mâncare.



10%

51-70% din venitul familiei

Doar 10% dintre respondenți cheltuie pe mâncare între 51-70% din venit.

2%

71-90% din venitul familiei

Doar 2% dintre români atribuie între 71-90% din venit pe hrană.

42%

31-50% din venitul familie

În proporție de 42% dintre români cheltuie între 31-50% din venitul familiei pe achiziționarea hranei.





4. Concluzii



Concluzii



Nivel de stres financiar în privința plății facturilor la electricitate: 59%

Cel mai ridicat nivel de stres financiar legat de plata facturilor este la energia electrică.



Valorile facturilor la electricitate mai mari față de confortul furnizat: 37%

Peste o treime dintre români consideră valorile medii ale facturilor la energia electrică mai mari comparativ cu confortul oferit.



51% cheltuiie între 10-30% din venit pe plata utilităților

Peste jumătate dintre români dau între 10-30% din venituri pe plata utilităților.



83% cheltuiie între 10-50% din venitul familiei pe mâncare

Majoritatea românilor cheltuiie pe achiziționarea hranei între 10-50% din venitul familiei.





Vă mulțumim!



Cult Market Research

contact



adresă

Strada Negustori 23-25,
etaj 1, București



telefon

+40 723 208 641
+40 747 035 540



online

office@cultresearch.ro

<https://cultresearch.ro>

<https://www.facebook.com/cultmarketresearch>

<https://www.linkedin.com/company/cult-market-research/>

