

Odihna a avansat pe primul loc în topul aspectelor cu impact asupra calitatii vietii românilor (studiu)

Perceptia românilor fata de aspectele cu impact asupra calitatii vietii lor a înregistrat o schimbare notabila, majoritatea respondentilor la un raport de cercetare, respectiv 54%, clasând pe primul loc somnul/odihna.

Echilibrul dintre viata personala si cea profesionala a urcat pe locul 2 (52%, fata de 45% în 2023), iar alimentatia completeaza top 3, în cadere de pe prima pozitie pe care o detinea anul trecut (51% fata de 67% în 2023). Pe locurile 4 si 5 se afla în continuare activitatea sportiva, cu o usoara crestere fata de perioada anterioara, si rasfatul cu moderatie, situat pe ultimul loc ca importanta si anul acesta, însa cu o crestere semnificativa, de la 28% în 2023 la 34% în 2024, arata rezultatele cercetarii realizate de catre Asociatia CIPRA - Centrul de Informare, Prevenire Risc si Analiza - alaturi de Reveal Marketing Research.

"Modul în care evolueaza de la un an la altul perceptia românilor fata de aspectele cu impact asupra calitatii vietii este mereu surprinzator, tocmai de aceea avem nevoie de aceste studii detaliate de piata - ele ne mentin conectati cu schimbarile si ne ajuta sa ne adaptam abordarea tendintelor pe care le detectam, pentru a ramâne o sursa de informare cât mai actuala si utila. Anul acesta, de exemplu, românii par sa constientizeze din ce în ce mai mult importanta unui somn suficient cantitativ si calitativ în vietile lor, un aspect adesea neglijat, de care însa depinde cât suntem de performanti la locul de munca, cât suntem de prezenti în mijlocul familiei sau câta energie ne ramâne pentru hobby-uri si alte activitati importante. Iar masurile pe care le luam pentru a ne îmbunatati atât somnul, cât si echilibrul personal, alimentatia, activitatea fizica sau timpul pe care ni-l acordam pentru momentele de rasfat pot contribui semnificativ la evitarea starilor de insatisfactie si disconfort pe termen lung", a declarat Constantin Bratu, presedinte CIPRA.

Pentru 1 din 6 români din categoria de vârsta 25-35 de ani somnul are o importanta crescuta (58% fata de media de 54% la nivelul întregului esantion), în timp ce alimentatia este semnificativ mai importanta pentru categoria de vârsta 55-65 de ani (61% fata de media de 51% la nivelul întregului esantion).

Întrebati despre factorii importanti în viata, respondentii studiului au mentionat familia pe primul loc, ca si anul trecut, dar cu mai multe procente anul acesta (89%, fata de 83%). O schimbare semnificativa în aceasta privinta este legata de importanta pe care oamenii o acorda starii de spirit, care a avansat si se situeaza pe locul al doilea dupa familie, cu 84 de procente, fiind considerata prioritara comparativ cu starea fizica si financiara, care au dobândit procente mai generoase anul trecut.

În privinta gradului de satisfactie fata de diferite aspecte ale vietii, 70% dintre respondenti sunt multumiti de casa în care locuiesc (fata de 76% în 2023), 62% sunt multumiti de alimentele pe care le consuma (fata de 70% în 2023), 53% sunt multumiti de timpul pe care îl petrec pentru relaxare (fata de 58% în 2023) si 34% petrec destul timp cu prietenii (comparativ cu 39% în 2023).

Principalii factori de stres au ramas neschimbati: cresterea preturilor, contextul economic actual si situatia financiara. Aspectele banesti sunt urmate de lipsa timpului, resimtita mai acut anul acesta (49% fata de 44%) si de responsabilitatile din familie, mai stringente si ele (42% comparativ cu 33% în 2023).

În plus, anul acesta 40% dintre respondenti se declara stresati de nevoia de a raspunde unor standarde impuse de societate. Activitatea profesionala în sine (36%) si relatia cu partenerul de viata (35%) sunt si ele stresante într-o pondere mai mare anul acesta.

Studiul mai semnaleaza ca, similar cu anul trecut, aproximativ jumatate dintre respondenti îsi considera calitatea

vietii ca fiind buna; cei care o evalueaza ca fiind slaba sunt în special persoane cu vârste între 55 si 65 de ani, cu venit scazut.

Gradul de satisfactie fata de aspectele vietii românilor este influentat si în 2024 de igiena/curatenia din casa (81%), urmat de gradul de multumire fata de casa în care stau (70%), de siguranta personala (62%) si de alimentele pe care le consuma (62%).

Realizat de Reveal Marketing Research în luna mai 2024 pe baza metodologiei CAWI (chestionare autoaplicate online), studiul CIPRA a vizat un esantion reprezentativ la nivel national, format din 1.008 respondenti, barbati si femei, utilizatori de internet, cu vârste între 18 si 65 ani, din mediul urban sau rural.

Membrii fondatori au dezvoltat CIPRA cu misiunea de a contribui la îmbunatatirea calitatii vietii românilor prin informare corecta, validata de catre experti. Calitatea vietii românilor este afectata de lipsa de informare, care poate conduce la alegeri gresite de consum. Astfel, CIPRA pune la dispozitia consumatorilor o platforma informativa care sa îi ajute în luarea unor decizii în privinta obiceiurilor zilnice, astfel încât riscurile care ar putea avea un impact negativ asupra calitatii vietii lor sa fie diminuate. Pentru a se adapta permanent nevoilor curente de informare ale românilor, CIPRA va stabili un dialog permanent cu consumatori, companii si autoritati.

Reveal Marketing Research este o companie de cercetare de piata full-service, specializata în marketing research, studii sociologice, customer insight, business strategy, market development. Cu o expertiza în peste 20 de industrii, Reveal Marketing Research crede ca cercetarea de piata reprezinta baza deciziilor corecte si a pozitionarii brandurilor. Solutiile calitative si cantitative ajuta de 15 ani companii din România si Europa.