

Nyarlásra és lakásfelújításra nem sajnáljuk a pénzt, fesztiválra annál inkább

Avagy a költségek pszichológiája

2017. 08. 21., Budapest – A Cofidis Hitel Monitor országos reprezentatív kutatás szerint a magyarok költségei nem csupán két csúcsidezőszakra - nyaralás és karácsonyi ajándékozás - koncentrálódnak, hanem több hullámra oszlanak el éves szinten. Ugyan a többségnek (62%) volt vagy lesz idén nyáron valamilyen nagyobb kiadása, de az év eleji fűtési, a tavaszi lakásfelújítási és az őszi iskolakezdési szezonokkal is ugyanúgy számolni kell a családoknak. A kutatás kitért arra is, hogy az a kiadás, amire a legtöbben mondják, hogy szívesen költenek rá és nem sajnálják rá a pénzt, az a nyaralás (28%). Kiderült az is, hogyan éljük meg a költségekkel lelkileg, vagyis mit tekintünk jól elköltött pénznek, milyen kiadásoknál jellemző, hogy túlköltségek és ezekből miket bánunk meg utólag.

Költségek csúcsidezőszakok

Felmértük, hogy idén milyen kiadásokkal terveznek a magyar családok. Legtöbbször a nyaralási költségek (28%) érintenek, ezt az iskolakezdés (17%), a lakásfelújítás (17%), majd a ruházati cikkek, kiegészítők vásárlása (13%) követi a sorban, és számottevőek az egészségügyi kiadások (8%) mellett a műszaki cikkek (8%) és szórakozásra (6%) fordított anyagiak is. Meglepő lehet, de a magyarok nagyobb összegű növekedésről számolnak be a nyári, mint a karácsonyi kiadások esetén. A magyarázat emögött az lehet, hogy ugyan a karácsonyi kiadások jóval többünket érintenek, mégis utazni a magasabb jövedelemmel rendelkező réteg tud, ahol jellemzően nagyobb összegek kerülnek elköltésre.

Amire a legszívesebben költünk

A nyaralás (88%) az a kiadás, amire a legnagyobb meglepéssel tekintünk, ha pénzköltésről van szó. Ezt követi a szórakozásra (75%), gyerekek táboroztatására (71%), ruházati cikkek (70%), lakásfelújításra (69%) fordított pénz. Mindezek azt mutatják alapvetően élményekre és maradandó dolgokra szeretünk költeni. Fesztiválra, esküvői ajándékokra/részvételre (50%) ehhez képest jóval kevésbé költünk szívesen, ráadásul utólag gyakran megbánjuk. Lakásfelújítás (46%) és nyaralás (38%) esetén fordul elő a leggyakrabban, hogy túlszaladnak a családok az eltervezett költségvetésen. Ugyanakkor ezek azok a kiadások, amelyeket a legkevésbé bánunk utólag.

Ugyan a nyaralási szezon zárul, de a pénztárcánk nem

A 18-69 éves lakosságra igaz, hogy a júliusi-augusztusi (17-22 %) és a decemberi-januári (47 %) hónapokban többet költ a megszokottnál. Azonban a kutatás friss adatai arról is beszámolnak, hogy egy év alatt kétszer kell nagyobbra nyitnunk a pénztárcánk. Jelentősnek számít az év eleji fűtési (január-február) és a tavaszi lakásfelújítási szezon (március-május) is, előbbinél 12 %-kal, utóbbinál 14 %-kal költünk többet a havi jövedelmünkhöz képest. A szeptemberi iskolakezdési időszak pedig főképp a gyerekes családok számára jelent megterhelést, amikor is átlagosan havi 30 000 forinttal költenek többet. A nyári kiadásokat a döntő többség saját jövedelméből (66%), illetve spórolt pénzből fedezi (58%). A megtakarítások inkább a lakásfelújítás és nyaralás esetében jellemzőek, itt a többség már legalább fél évvel korábban elkezdte a spórolást. 5-ből 1 esetben fordul elő, hogy a családok pénzt kapnak ajándékba – feltehetően a nagyszülők iskolakezdési támogatása, vagy a ballagásra kapott összegek jelenhetnek meg itt.

Túlköltségek: mit tegyünk, ha már megtörtént?

A legtöbben megtapasztaljuk az évről-évre hasonló időszakokban ismétlődő kiugró költségeket és elkezdünk számolni azzal, hogy ilyenkor többet kell költsünk a megszokottnál. Viszont előfordulhat olyan eset, amikor nem jól becsüljük meg a kiadásokat és túlszaladunk a költségvetésen. Ha ez megtörténik, érdemes megtalálni a számunkra legmegfelelőbb fedezeti formát, ami akár lehet külső anyagi segítség igénybevétele, korábban félretett megtakarítás, pénzügyi tartalék vagy pénzintézettől felvehető hitel is. Érdemes eszközként, lehetőségként tekinteni ezekre a megoldásokra, amelyek segítenek a családi kasszába egyensúlyba hozni egy-egy anyagilag megterhelőbb időszak előtt vagy után. Korábbi Hitel Monitor kutatásainkat megvizsgálva arra derült fény, hogy nagyobb összegű költségeket, mint például a kerékpárvásárlást a megkérdezettek héttizede önerőből oldja meg, hitelt erre a célra felvenni 3

Kevesebben merünk belevágni a hitelfelvételbe, pedig utólag jó döntésnek tartjuk

A mostani, 2017 augusztusi tanulmány szerint a nyári kiadások során jellemzően kevésbé élünk a hitel adta lehetőséggel: ruházati cikkek 1%, iskolakezdésre 2%, nyári kiadásokra 3%, lakásfelújításra a lakosság 10%-a vesz fel hitelt. Pedig az aggodalommal indulók féltékeny alaptannak bizonyulnak. Igazolja ezt tavaly nyári kutatásunk (2016 július) adatfelvétele, ahol a hitelfelvévők mintegy héttizede (69%) tartott előzetesen a hitelfelvételről, ám mindössze a negyediknek (23%) igazolódott be az előzetes féltékeny, így nem véletlen, hogy hattizedük (61%) utólag jó döntésnek tartotta

százalék tervezett (2017 április). Ugyanezt a kérdést *gépjárművásárlás* esetén is megvizsgáltuk (2017 januárjában) és az autóvásárlást fontolgatók fele saját megtakarításból (is) fedezte autóját, harmaduk tervezett hitelfelvétellel, személyi kölcsönre pedig tizedük gondolt. 2016-os karácsonyi kutatási adatok szerint a vásárlást az ajándékok adók elsősorban az aktuális havi jövedelemből (63%) tervezték fedezni, 44% kifejezetten *ajándékvásárlásra* gyűjtött, hitelt 5% tervezett igényelni. 2016 januári kutatásunk pedig a lakást felújítók életébe engedett betekintést: hitelt a lakásfelújítók harmada (34%), személyi kölcsönt 14% tervezett igénybe venni, de még mindig sokan aktuális jövedelemből 46% és korábban erre a célra félretett pénzből 45% tervezték finanszírozni a felújítási munkákat.

A Cofidisről

A Cofidist Franciaországban alapították 1982-ben, székhelye Lille-ben található. Többségi tulajdonosa a Credit Mutuel Bank. Világszerte több mint 4000 munkavállalóval rendelkezik. A Cofidis az alábbi országokban van jelen: Franciaország, Spanyolország, Portugália, Olaszország, Belgium, Csehország, Szlovákia és Lengyelország. A magyar fióktelep 2006-ban kezdte meg tevékenységét nyolcadik országgént. A Cofidis fogyasztási hitelek folyósításával foglalkozik távértékesítéssel. Vezető terméke a Megújuló Hitel, 2010 őszén indult az Áruhitel, 2012-ben az Egészség Hitellel bővült a paletta, 2013 augusztusában a Fapados Kölcsönt, 2015-ben az Adósságrendező Hitelt vezették be a piacra, 2017-től pedig már autólízinget is nyújt. A Cofidis Csoport a Team Cofidis, profi országúti kerékpáros csapat névadó szponzora és elkötelezett támogatója. A cég 2016-tól hazánkban is elindította kerékpáros programját, amelynek keretein belül sportszponzorációt, rendezvénytámogatást és civil együttműködési programokat valósít meg. A termékekről és a cég elérhetőségéről további információk a www.cofidis.hu és a cofidisauto.hu oldalon találhatóak.

A Cofidis Hitel Monitor kutatásról

Az adatok az Cofidis Hitel Monitor kutatásából származnak, melyet az NRC Marketingkutató és Tanácsadó Kft. készít 500 fős hibrid mintán (telefonos és online adatfelvétellel) évente négy alkalommal. Az adatok a 18-69 éves magyar lakosságra reprezentatívak.