



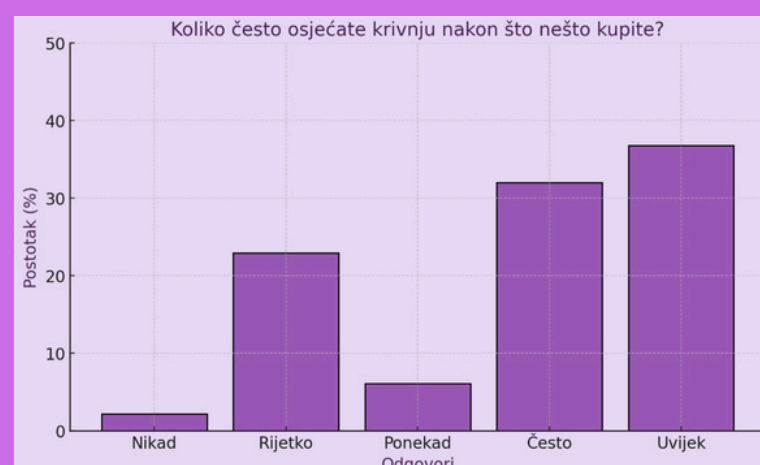
Kad potrošnja postane ovisnost!

Tamara Brežičević, dipl. soc. radnica, Nastavni zavod za javno zdravstvo Brodsko-posavske županije



Cilj:

U suvremenom društvu, kupovina više nije samo zadovoljavanje osnovnih potreba, ona često postaje sredstvo izražavanja identiteta, emocionalne regulacije i socijalnog statusa. Kada impulsivna kupovina preuzme kontrolu, može dovesti do osjećaja krivnje, finansijskih problema i narušenih odnosa s bližnjima. Istraživanja pokazuju da potrošačko ponašanje nije samo ekonomijski fenomen već i psihološki proces, često povezan s emocionalnim stanjima poput stresa, anksioznosti ili dosade. Uvođenje pojma "ovisnost o kupovini" naglašava kako neodgovorno upravljanje impulsima može ozbiljno utjecati na kvalitetu života. Cilj ovog istraživanja je osvijestiti obrasce ponašanja vezane uz impulzivnu kupnju, identificirati emocionalne okidače i istaknuti potrebu za prevencijom i podrškom kako bi se potaknula kontrolirana i odgovorna potrošnja.



Metode istraživanja:

Za potrebe istraživanja korišten je Google obrazac kojim su prikupljeni podaci o obrascima potrošačkog ponašanja. Upitnik je sadržavao pitanja temeljem Compulsive Buying Scale (Faber & O'Guinn), jednog od najpoznatijih instrumenata za procjenu sklonosti kompulzivnoj kupovini. Ciljana populacija bili su ženski ispitanici stariji od 18 godina N=273, a distribucija upitnika provedena je online, čime je omogućena široka dostupnost i uključivanje različitih dobrih skupina. Upitnik je obuhvaćao 11 pitanja koja su istraživala:

- učestalost nepotrebne i impulzivne kupovine,
- povezanost kupovine s emocionalnim stanjima poput stresa,
- osjećaj zadovoljstva i krivnje nakon kupovine,
- finansijske posljedice i obrasce ponašanja, poput skrivanja kupovine.

Prikupljeni podaci analizirani su deskriptivnom statistikom kako bi se identificirali ključni obrasci ponašanja među ispitanicima.



Rezultati:

Istraživanje o navikama kupovine pokazuje kako suvremeni potrošači često ulaze u obrasce ponašanja koji graniče s ovisnošću. Impulzivna kupnja postaje ne samo način zadovoljenja materijalnih potreba, već i odgovor na emocionalne izazove poput stresa i anksioznosti. Čak 70,6% sudionica navodi da ponekad kupuje stvari koje im nisu prijeko potrebne, dok ih 26% to čini često ili vrlo često. Kupovina se kod 53,2% ispitanica javlja kao reakcija na stres, a većina (66,7%) osjeća zadovoljstvo koje brzo prolazi. Zabrinjavajuće je što 52,9% sudionica priznaje da često ili vrlo često skriva svoje kupnje od bližnjih, dok ih 66,2% osjeća gubitak kontrole nad željom za kupovinom. Osjećaj krivnje nakon kupovine javlja se kod 68,8% ispitanica, što ukazuje na snažan emocionalni teret povezan s potrošnjom. Finansijski problemi nisu rijetkost: iako ih 64,5% sudionica nikada nije iskusilo, preostali dio istraživanih suočava se s izazovima poput posuđivanja novca ili korištenja kredita za financiranje kupnji. Osobito su mlađe generacije, u dobi između 18 i 35 godina, koje čine 64,5% sudionica, sklonije impulzivnom ponašanju. Istovremeno, fizičke trgovine i dalje su dominantan izbor kod 46,3% ispitanica, dok njih 24,2% podjednako kupuje online i u fizičkim trgovinama.



Zaključak.

Istraživanje pokazuje da žene često pribjegavaju kupovini kao odgovoru na stres, pri čemu osjećaju prolazno zadovoljstvo, ali i čestu krivnju. Premda većina ne doživljava ozbiljne finansijske ili interpersonalne posljedice, impulzivna kupovina može narušiti emocionalnu dobrobit. Preporučuje se podizanje svijesti o ovom problemu, edukacija o finansijskom upravljanju i dostupnost psihološke podrške kako bi se razvile zdravije navike i bolje upravljalo stresom.

Literatura.

Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 459–469.

Ridgway, N. M., Kukar-Kinney, M., & Monroe, K. B. (2008). An expanded conceptualization and a new measure of compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 35(4), 622–639.

