

Dani ljubavi prema sebi: Kad orgazmi utječu na gospodarski rast zemlje

Stručnjaci diljem svijeta neprestano razmišljaju o novim idejama i politikama kako bi pomogli u jačanju gospodarstva, ali većina ne pridaje pažnju ideji o izravnom utjecaju osobnog užitka na gospodarstvo. Novi izvještaj brenda LELO pokazuje kako ova ideja može pomoći u jačanju gospodarstva dajući ljudima više vremena za postizanje orgazma. I ne, ne radi se o šali!

Gospodarski rast mjeri se rastom bruto domaćeg proizvoda (BDP), koji se definira kao ukupna vrijednost svih dobara i usluga proizvedenih u jednoj zemlji kroz godinu. Međutim, postoje više sile koje pokreću gospodarski rast, a izvještaj stručnjaka za seksualno zdravlje brenda [LELO](#) stavlja fokus na manje istraženu silu - užitak i njegov utjecaj na osobnu produktivnost.

Globalni utjecaj Covid-19 pandemije i trenutna globalna kriza zajedno su rezultirali niskom razinom produktivnosti širom svijeta. No, male promjene mogu napraviti veliku razliku. Ako se globalna produktivnost poveća za 20%, to može imati ogroman utjecaj na smanjenje stopa siromaštva i poboljšanje životnog standarda. Čak i malo povećanje može napraviti nemjerljivu razliku u životima ljudi. Male promjene u ponašanju, poput redovitih valova sreće poslije orgazma i intimnosti u spavaćoj sobi, mogu pomoći ljudima da se osjećaju i ostanu sretni. Promjene poput ove ne koštaju ništa, ali zahtijevaju kreativno razmišljanje od strane vlada, poslodavaca i zaposlenika.

LELO je već pridonio ovoj ideji ponudivši britanskim zaposlenicima do četiri slobodna dana godišnje za ljubav prema sebi, te radi na tome da istu praksu uvede za svoje zaposlenike diljem svijeta, nazivajući to [Danima ljubavi prema sebi](#) (eng. Self-love days).

Dani ljubavi prema sebi slijede format slobodnog dana za mentalno zdravlje (eng. duvet day), ali s dodatkom: zaposlenike se potiče da iskoriste ove dane za postizanje seksualnog ispunjenja i višestrukih orgazama. Bez obzira na to jeste li solo ili s partnerom, LELO smatra kako pružajući priliku zaposlenicima da uzmu slobodno vrijeme posvećeno seksualnom užitku djeluje na povećanje razine sreće, smanjenje stresa i, posljedično, povećanje produktivnosti zaposlenika.

Kad govorimo o užitku i orgazmu općenito, **Kate Moyle, britanska stručnjakinja za seks brenda LELO**, kaže: "Gledajući na seks iz biopsihosocijalne perspektive te perspektive uma i tijela, znamo kako naši seksualni životi mogu biti pod utjecajem i utjecati na ono što nam se događa kao pojedincima u našim životnim okolnostima i odnosima, što zatim može oblikovati naše mišljenje i osjećaje o sebi, kao pojedincima i u kontekstu odnosa koje imamo. Svi ti čimbenici utječu na naša iskustva, poglede, brige i uvjerenja, tako da poboljšanje seksualnog zdravlja ima izravnu ulogu i utječe na to kako razmišljamo, osjećamo se i ponašamo u drugim situacijama."

[Istraživanje](#), koje se temelji na postojećim znanstvenim istraživanjima, kao i anketi provedenoj od strane brenda LELO, pokazalo je kako je sreća ključni pokretač produktivnosti, pri čemu se 9 od 10 ljudi diljem svijeta slaže da su produktivniji na poslu kad su sretni. Istovremeno, sedmero od njih deset bi rado iskoristili Dane ljubavi prema sebi za rad na svojoj produktivnosti, kada bi im se pružila prilika.

Rosanna Spero, autorica LELO izvještaja o utjecaju zadovoljstva na ekonomiju, rekla je: "Svakako je zanimljivo istraživati što orgazam može učiniti za osobu, ali još je zanimljivija činjenica kako orgazam može povećati sreću i produktivnost, a time i utjecati na svjetsko gospodarstvo. Tijekom 20 godina postojanja brenda LELO bilo je fascinantno otkriti koliku razliku može učiniti povećanje užitka. Prema podacima Svjetske banke, globalni BDP iznosio je 101 bilijardu dolara na kraju 2022. godine. Da je rastao 20% godišnje od lansiranja brenda LELO 2003. godine, kada je iznosio 39,16 bilijardu dolara, ta bi brojka do kraja 2022. godine dosegla 1.501 bilijardu dolara. Gotovo nevjerojatnih 15 puta veća. Nije loše za orgazam ili dva!"

Luka Matutinović, LELO CMO, dodaje: "Od prve karantene 2020. godine u mainstream medijima često se raspravlja o seksualnom zdravlju i užitku. Napokon se pokazalo kako je seksualno zadovoljstvo sastavni dio ljudskog fizičkog i mentalnog blagostanja. Mi iz tvrtke LELO smo sretni što smo zadnjih 20 godina bili pioniri u promoviranju važnosti seksualnog zdravlja do razine na kojoj se ono nalazi danas, a sad smo usredotočeni na to da pokažemo kako je orgazam više od samog doživljaja. Iz tog razloga, činilo nam se zanimljivo istražiti koje bi koristi mogle proizaći iz toga da ljudi imaju više prilika za brigu o sebi. Činjenica da nešto tako jednostavno poput orgazma može pozitivno utjecati na svjetsko gospodarstvo nije nam veliko iznenađenje jer smo prije nekoliko godina proveli slično istraživanje u Velikoj Britaniji. Ipak, brojke su i nas iznenadile te se nadamo kako će stručnjaci i ljudi diljem svijeta primijetiti i pridružiti se brendu LELO u provedbi Dana ljubavi prema sebi."