

Trženjski monitor DMS

pomlad 2011

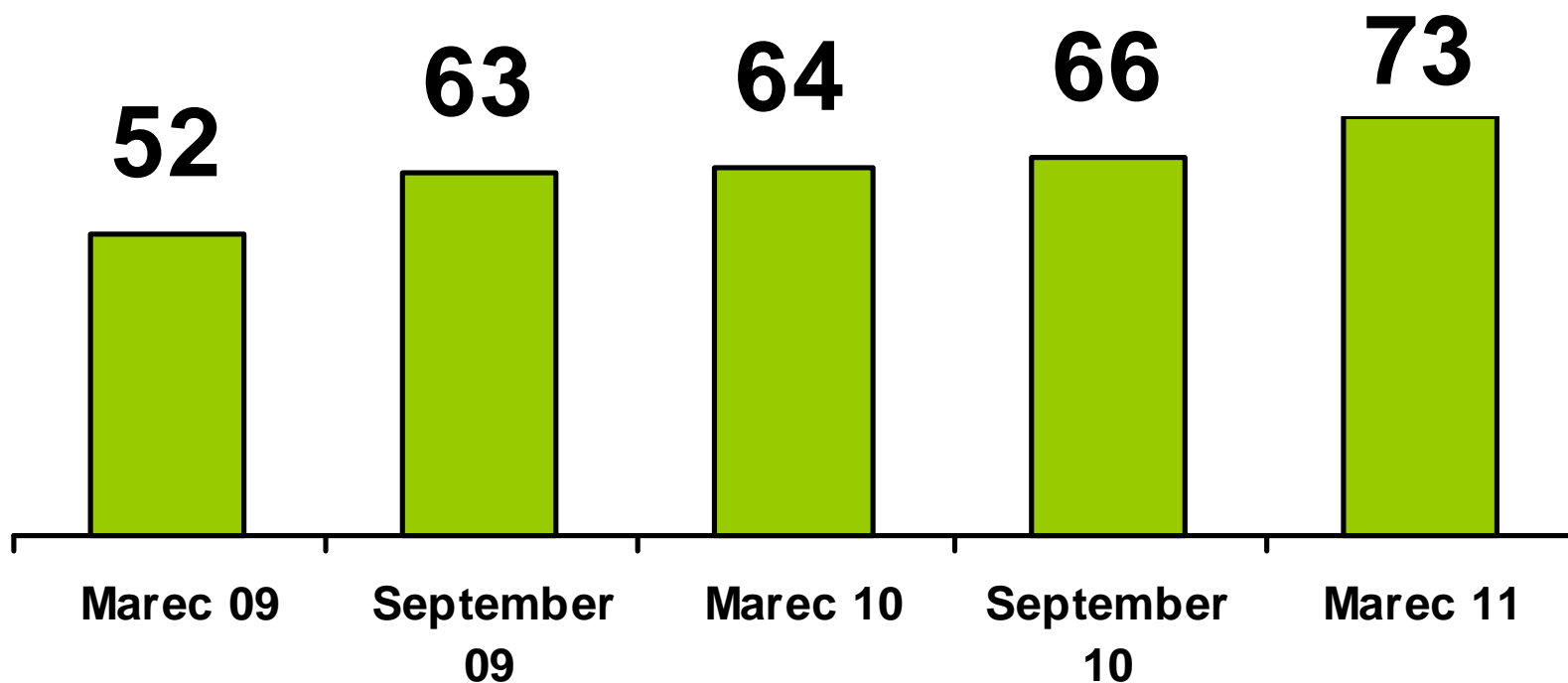
**Spremljanje ravnanja potrošnikov v trenutnih
gospodarskih razmerah**

Podatki o raziskavi

Trženjski monitor DMS: 2009 - 2011

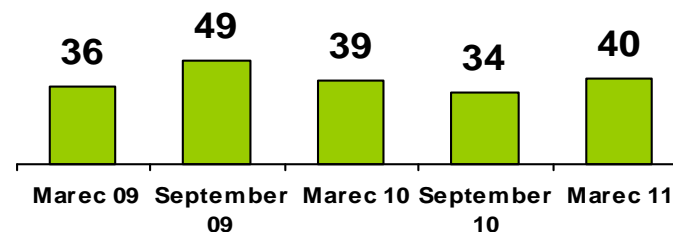
- Metoda zbiranja podatkov: CATI telefonska anketa
- Opis vzorca: nacionalno reprezentativen vzorec, 18-65 let
- Velikost vzorca: n=1004 / 1042
- Obdobje zbiranja podatkov:
 - Prvi val / pomlad 2009: 16.3. – 30.3.
 - Drugi val / jesen 2009: 23.9. – 30.9.
 - Tretji val / pomlad 2010: 16.3. – 6.4.
 - Četrty val / jesen 2010: 22.9. – 10.10.
 - Peti val / pomlad 2011: 15.3. – 30.3.
- Izvajalec raziskave Trženjski monitor DMS je Valicon.

Osebno občutenje vpliva recesije na vsakdanje življenje (%)



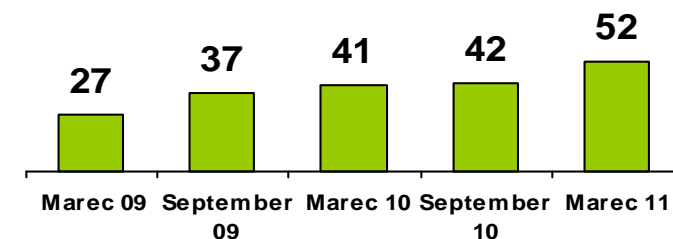
Področje občutenja recesije - kupna moč

Nižja plača, upad dohodkov



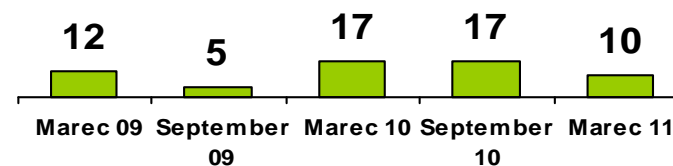
+ 6

Višje cene, manjša kupna moč/
obseg potrošnje



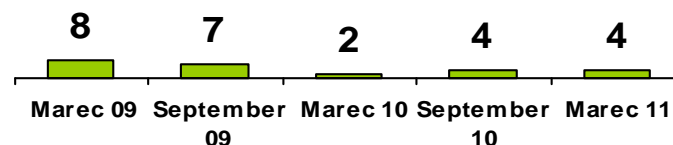
+ 10

Višji življenjski stroški



- 7

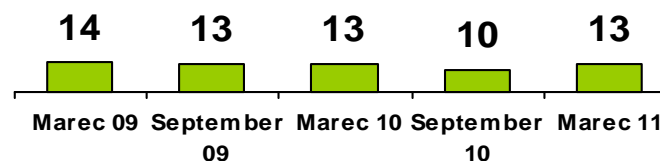
Intenzivnejše varčevanje



n.s.

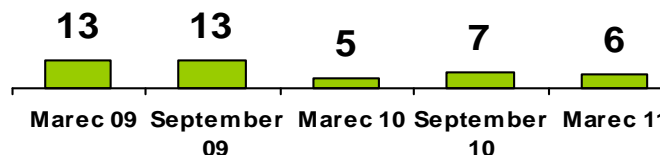
Področje občutenja recesije – delovno mesto

Izguba delovnega mesta



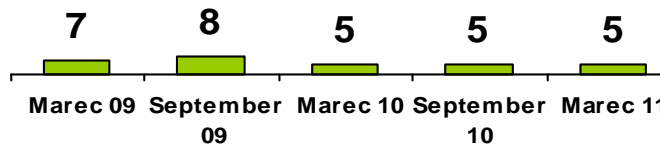
+ 3

Spremenjen delovnik, obseg dela, napetosti v službi



- 1

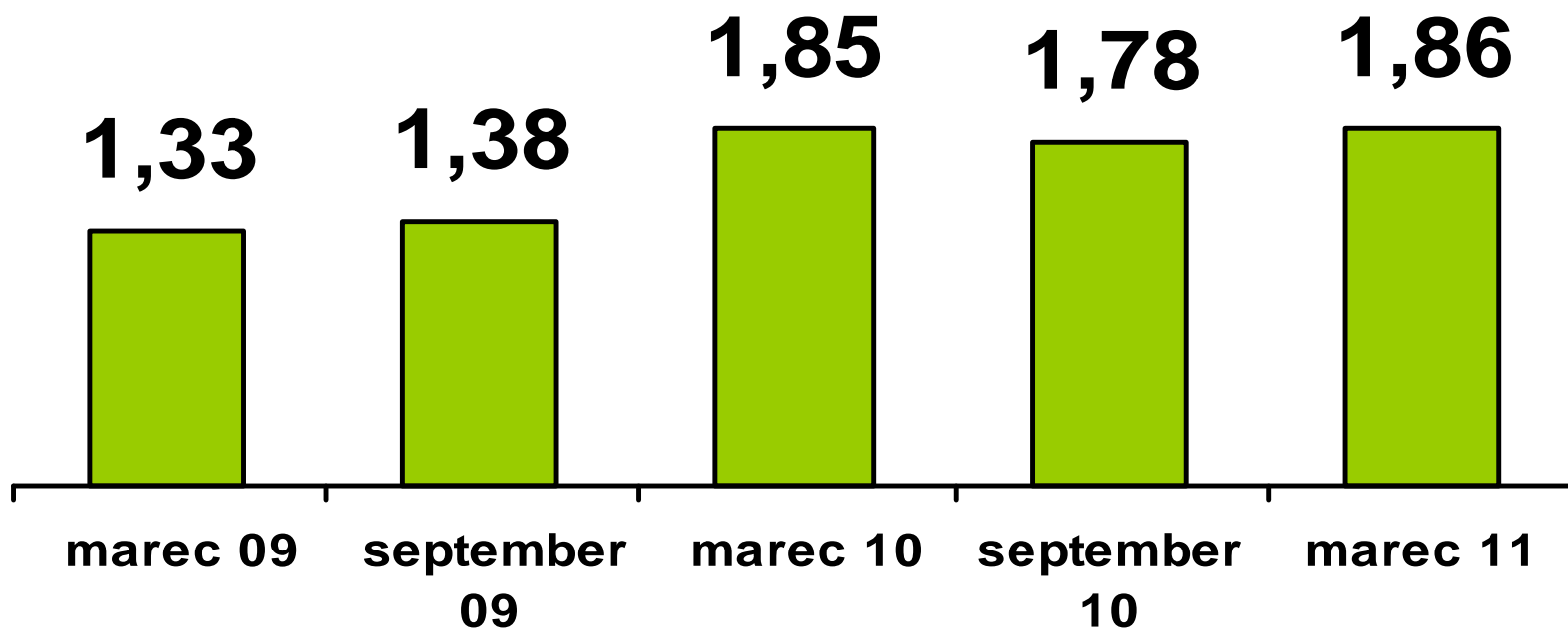
Psihološki pritisk (preko medijev, v družbi)



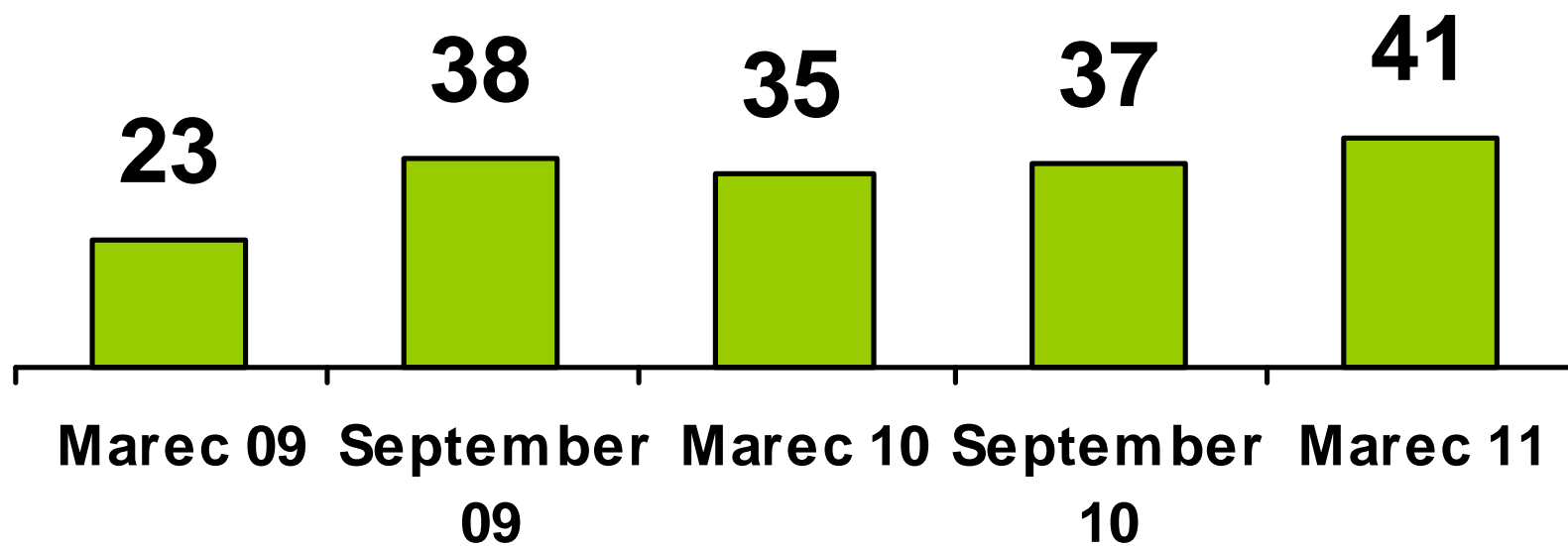
n.s.

Potrošniki še tretjič zapored naštevajo več občutenj vpliva recesije na njihova življenja

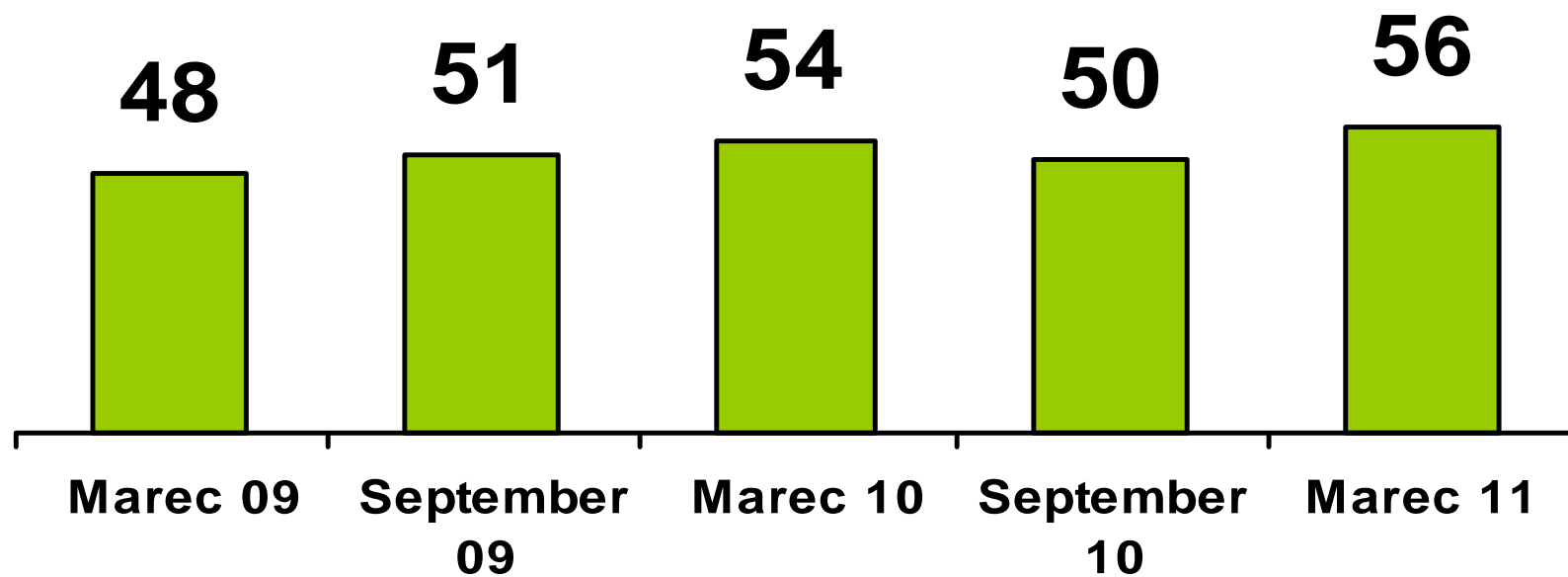
Povprečno število odgovorov na vprašane (vsi, ki so zatrdili, da čutijo vpliv recesije), pri vprašanju "Kako občutite vpliv recesije na vaše življenje?"



“Moje finančno stanje se je poslabšalo.” (%)



“Trošim manj.” (%)



Ključni kazalniki

	Marec 09	Sept. 09	Marec 10	Sept. 10	Marec 11	RAZLIKA
VARNOST DELOVNEGA MESTA* Delovno mesto sem že izgubil. Pričakujem, da bom zaradi recesije v bližnji prihodnosti delovno mesto izgubil.	1 % 22 %	2 % 15 %	1 % 14 %	1 % 17 %	3 % 20 %	+ 2 + 3
PRIČAKOVANJA GLEDE OSEBNEGA DOHODKA* Moja plača se je že znižala. Pričakujem, da se mi bo plača v kratkem znižala.	22 % 17 %	26 % 12 %	16 % 6 %	15 % 9 %	18 % 10 %	+ 3 + 1
PRIČAKOVANJA GLEDE FINANČNEGA STANJA Moje finančno stanje se je poslabšalo. Pričakujem, da se bo moje finančno stanje poslabšalo.	23 % 29 %	38 % 19 %	35 % 13 %	37 % 16 %	41 % 17 %	+ 4 + 1
OBSEG POTROŠNJE V ZADNJIH MESECIH Trošim manj. Mislim, da bom v prihodnjih mesecih trošil manj.	48 % 17 %	51 % 11 %	54 % 6 %	50 % 8 %	56 % 8 %	+ 6 0

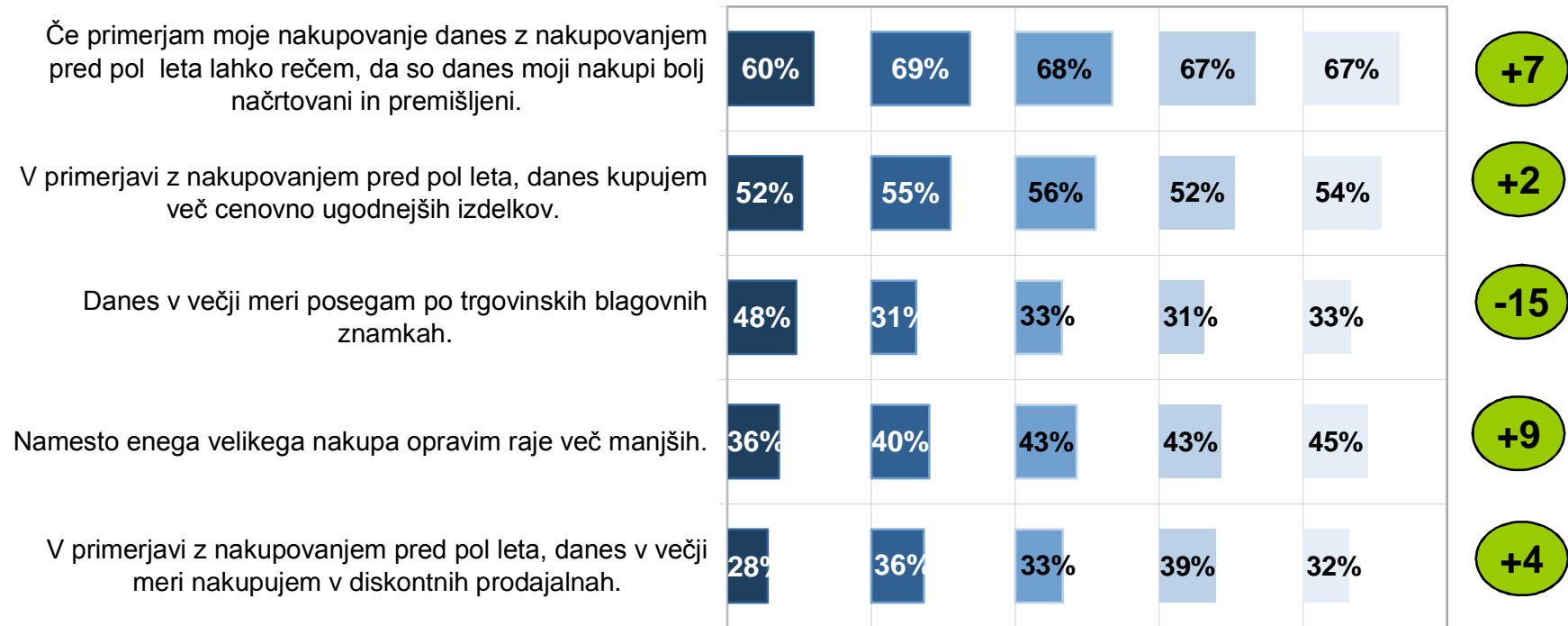
Znižanje obsega potrošnje po skupinah

Katerim izdelkom/storitvam ste se odpovedali v zadnjem letu, zaradi recesije? (spontane navedbe)



Spremembe nakupnih navad

■ pomlad '09, n=1002 ■ jesen '09, n=1004 ■ pomlad '10, n=1042 ■ jesen '10, n=1021 ■ pomlad '11, n=1016



opomba: pri trditvah, kjer se omenja "pol leta", je bilo v zadnjih treh merjenjih uporabljeno "pred enim letom".

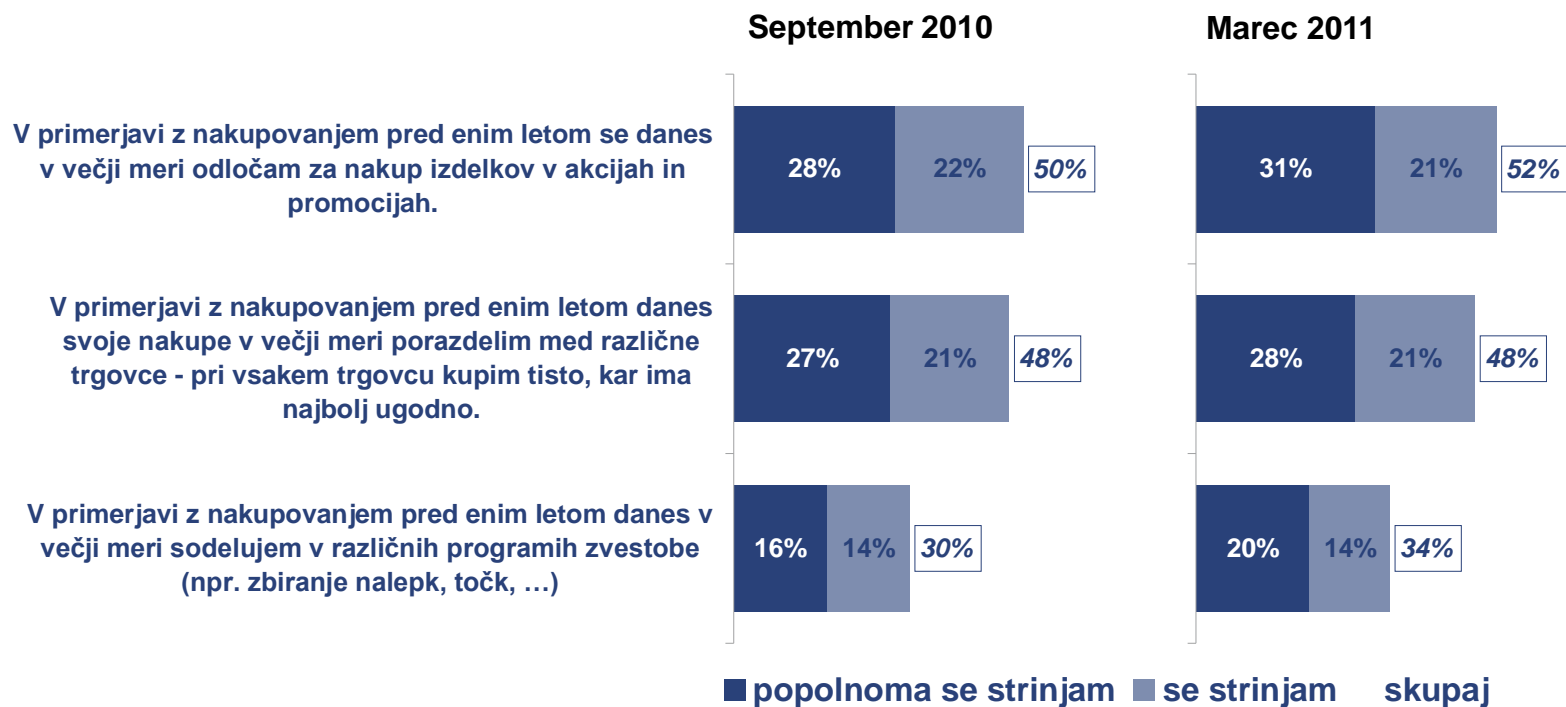
Občasno in vsakodnevno nakupovanje

Odstotek vprašanih, ki se popolnoma strinjajo s trditvijo



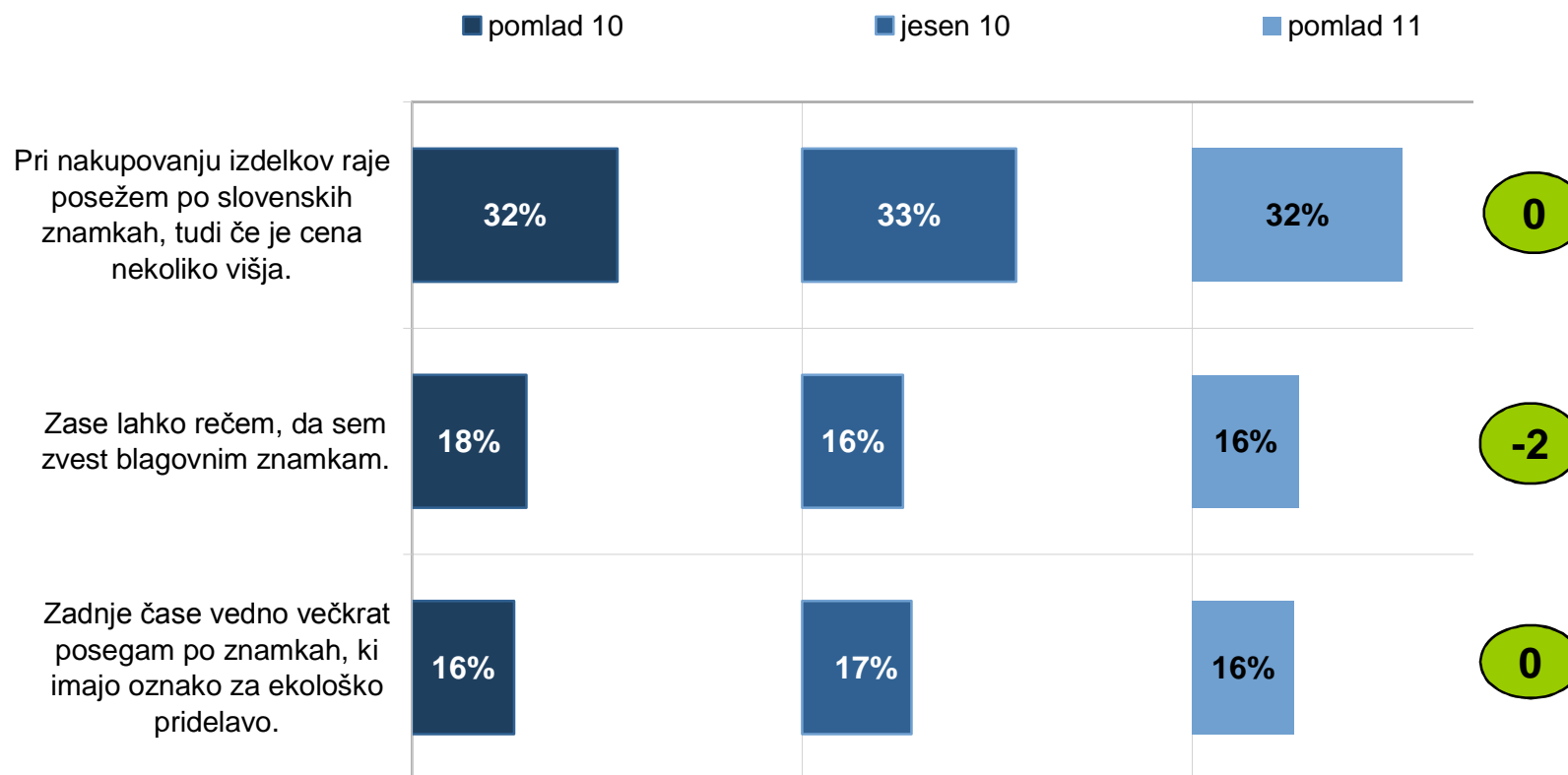
Nov vpogled v nakupne navade

Vpogled v spremembo nakupnih navad



Odnos do znamk

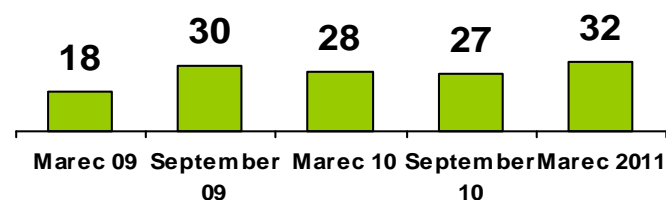
Odstotek vprašanih, ki se popolnoma strinjajo s trditvijo



Recesijski segmenti

PRIZADETI

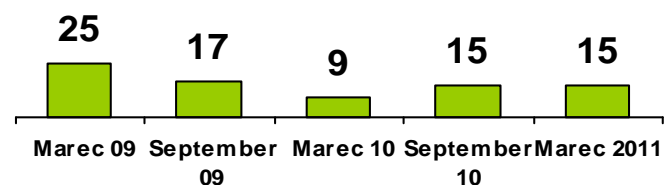
Finančno stanje je slabše, obseg potrošnje je znižan.



+ 5

V PRIČAKOVANJU

Pričakujejo poslabšanje finančnega stanja, so že ali pa pričakujejo, da bodo znižali obseg potrošnje.

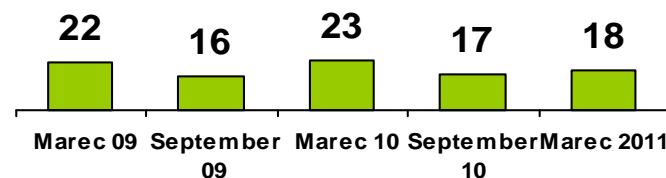


0



V PRIPRAVLJENOSTI

Ne pričakujejo poslabšanja finančnega stanja, a so že ali pa pričakujejo, da bodo znižali obseg potrošnje.

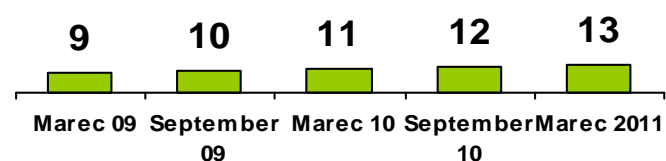


+ 1

Recesijski segmenti

PRESKRBLJENI

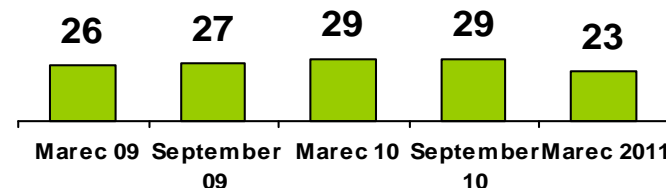
Pričakujejo poslabšanje finančnega stanja, a niso in ne nameravajo znižati obsega potrošnje.



+ 1

NEDOTAKNJENI

Finančno stanje in obseg potrošnje sta nespremenjena.



- 6

Kdo sestavlja posamezen segment

PRIZADETI

Finančno stanje je slabše, obseg potrošnje je znižan.

Več kot 70% je starejših od 40 let, prav tako dve tretjini je takšnih z nizkimi dohodki.

V PRIČAKOVANJU

Pričakujejo poslabšanje finančnega stanja, so že ali pa pričakujejo, da bodo znižali obseg potrošnje.

Polovica je starejših od 50 let. Ena petina jih prihaja iz dohodkovnih razredov 1.100 EUR ali več.

V PRIPRAVLJENOSTI

Ne pričakujejo poslabšanja finančnega stanja, a so že ali pa pričakujejo, da bodo znižali obseg potrošnje.

Skoraj dve tretjini je mlajših od 40 let. Nekoliko več jih je iz srednjega razreda ter iz Osrednje Slovenije.

PRESKRBLJENI

Pričakujejo poslabšanje finančnega stanja, a niso in ne nameravajo znižati obsega potrošnje.

Skoraj polovica je starih med 50 in 65 let, nekoliko več pa jih je tako iz najnižjega kot iz najvišjega dohodkovnega razreda.

NEDOTAKNJENI

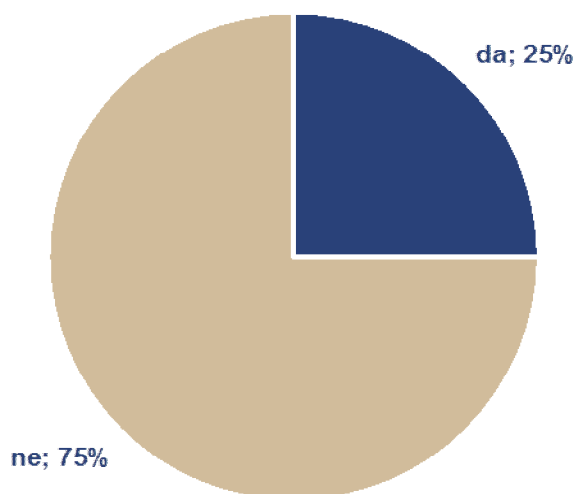
Finančno stanje in obseg potrošnje sta nespremenjena.

Dve tretjini je mlajših od 40 let, prihajajo iz srednjega in višjega dohodkovnega razreda.

Nakupovanje na spletu

Nakupovanje na spletu

Ali ste v zadnjem letu katerikoli izdelek kupili na spletu, on-line?

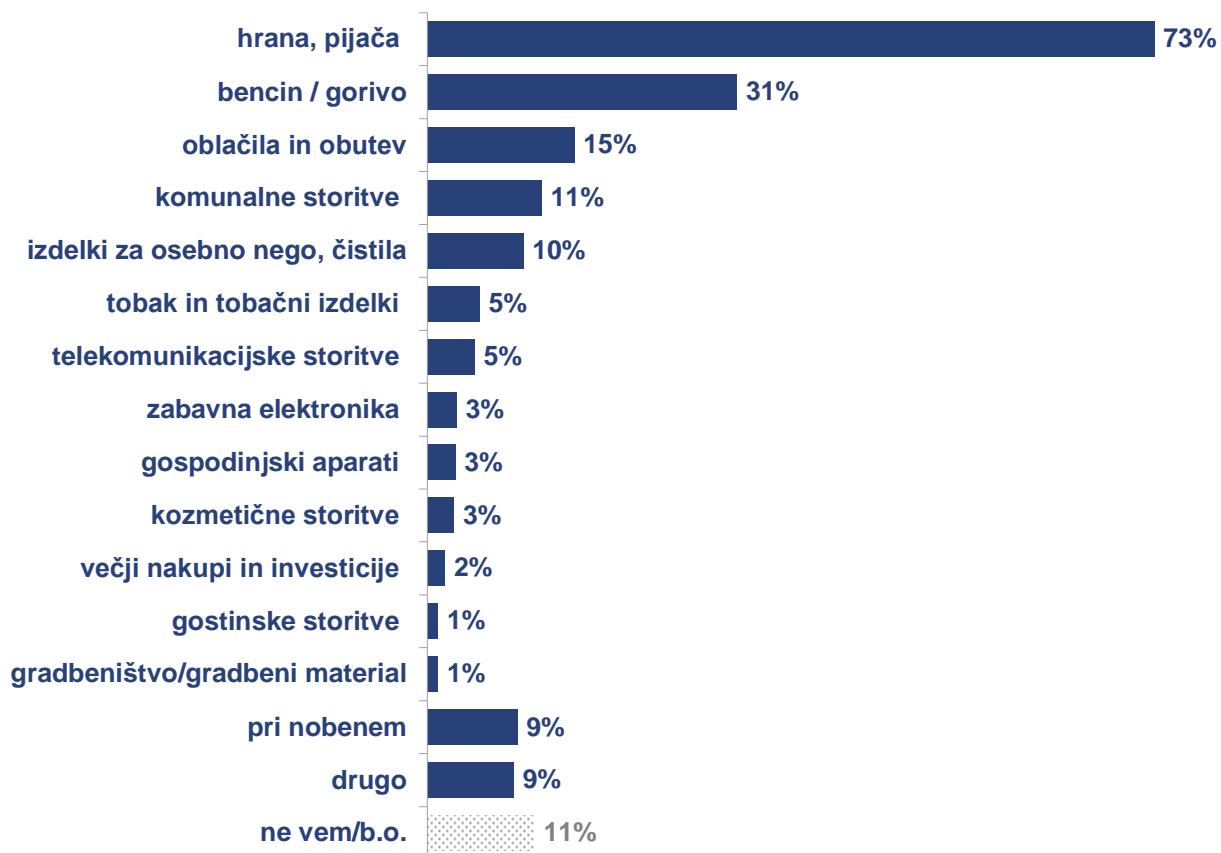


Kaj pa ste kupili? (spontane navedbe)



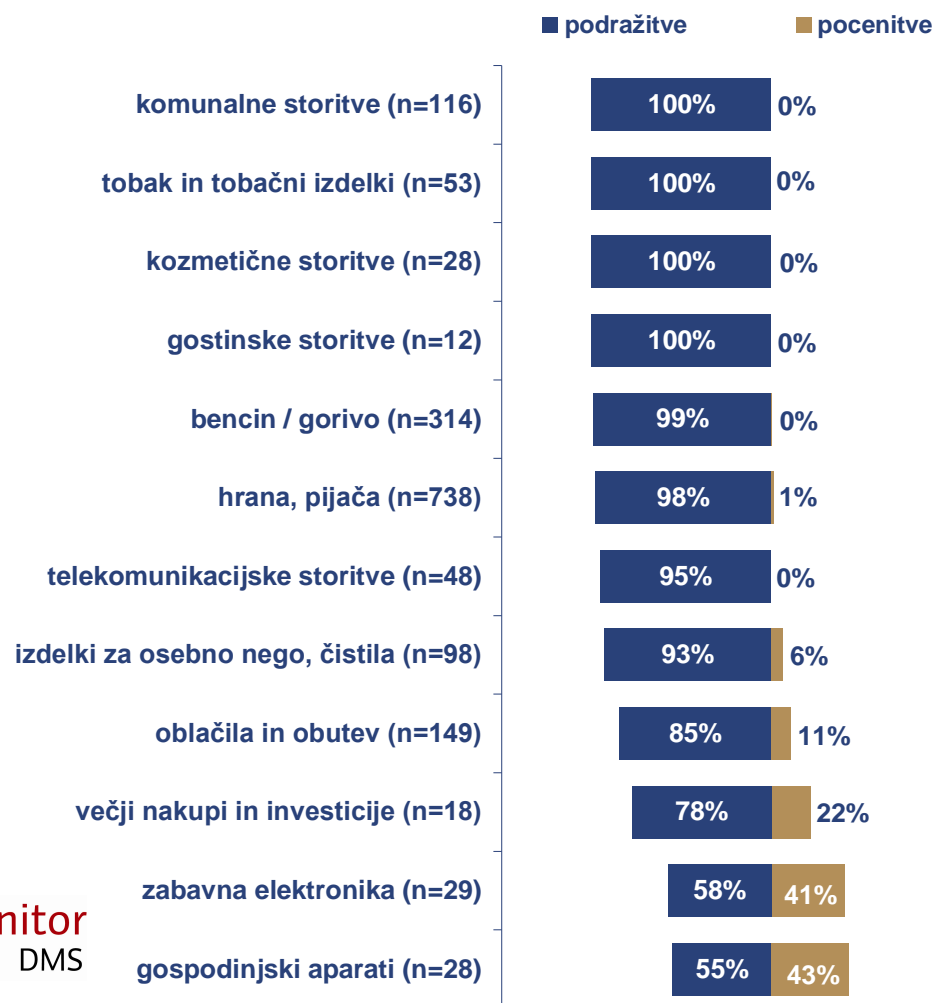
Novost – spremembe cen

Pri katerih izdelkih oz. storitvah ste v zadnje pol leta opazili spremembe cen? (n=1016)



Novost – spremembe cen

Kakšne spremembe cen ste opazili? (n=732)



Novost – varčevanje

Ali bi zase lahko rekli, da namensko varčujete, torej da mesečno del vaših razpoložljivih sredstev prihranite oz. nalagate?

ne vem/b.o.;
0,3%

*Ali ste varčevali pred nastopom
gospodarske krize? (n=557)*

ne vem/b.o.;
0,2%

ne; 59%

ne; 57%

da; 4

da; 43%

*Ali ste varčevali že pred nastopom
gospodarske krize? (n=456)*

ne; 8%

da; 92%

Novost – varčevanje

Če pomislite na obdobje pred nastopom gospodarske krize, ali bi rekli, da danes: (n=456)



Način varčevanj

Na kakšen način varčujete? (n=456)



Utrjevanje trendov

- **Tokratni TM je izmeril najnižje vrednosti kazalnikov občutenja recesije doslej; če sta dosedaj posledice recesije občutila dva od treh, so od zdaj naprej to trije od štirih.**
- **Trendi, zaznani pred pol leta, so se še poglobili, še več ljudi zaznava posledice recesije kot problem znižanja kupne moči in upada prihodkov.**
- **A tokratni TM je pokazal še na dva nova pojava:**
 - **posledice vedno bolj občutijo mlajši in finančno sicer bolje preskrbljeni;**
 - **tisti, ki se odrekajo izdelkom in storitvam, v precej večji meri omenjajo “hrano in pijačo”.**
- **Potrošniki zaznavajo podražitve v večini blagovnih skupin in pri storitvah, le v primeru gospodinjskih aparatov in zabavne elektronike je precej visok tudi delež zaznanih pocenitev.**
- **Dobri dve petini potrošnikov varčujeta oz. vlagata razpoložljiva sredstva, pri čemer v veliki večini prevladujejo depoziti v bankah. V tradicionalno “nogavico” na eni in bolj tvegane sklade na drugi strani vlaga približno enak delež varčevalcev, to je skoraj vsak peti.**