

Trženjski monitor DMS

jesen 2011

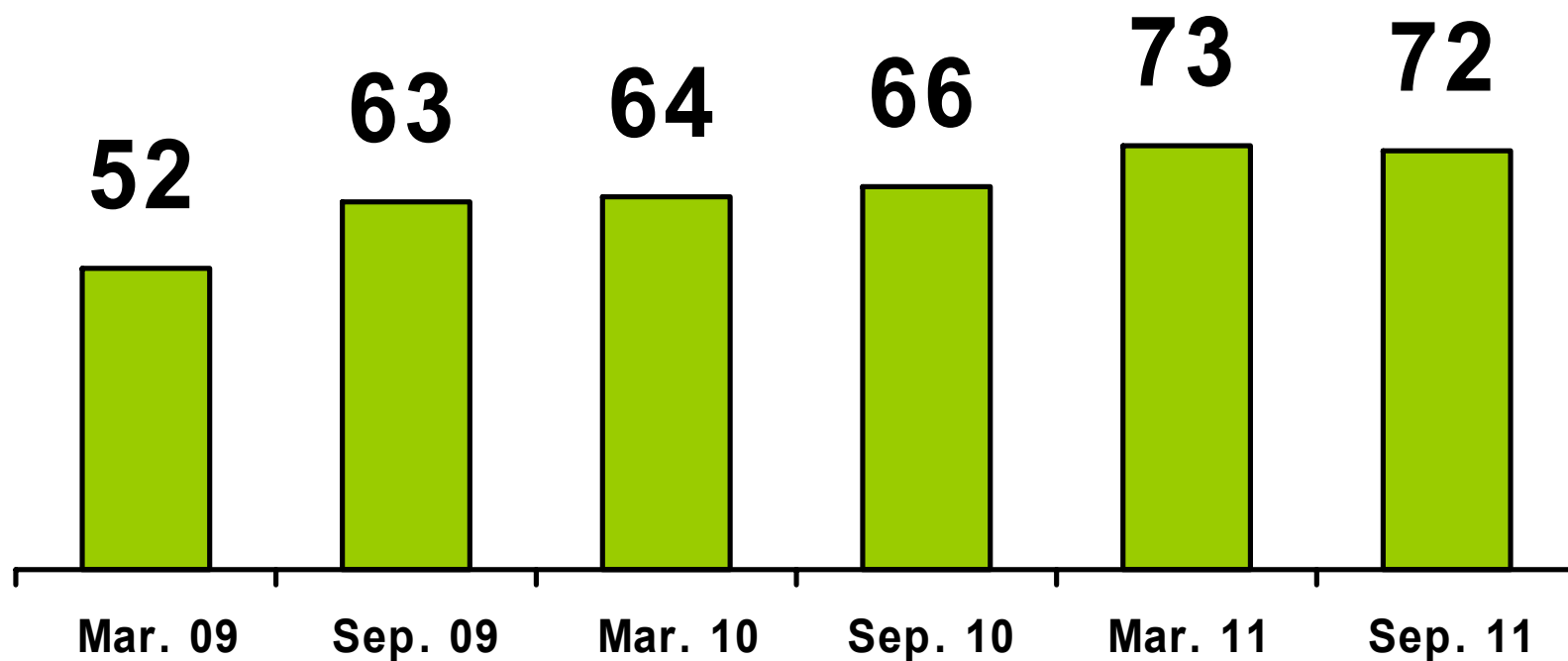
**Spremljanje ravnanja potrošnikov v trenutnih
gospodarskih razmerah**

Podatki o raziskavi

Trženjski monitor DMS: 2009 - 2011

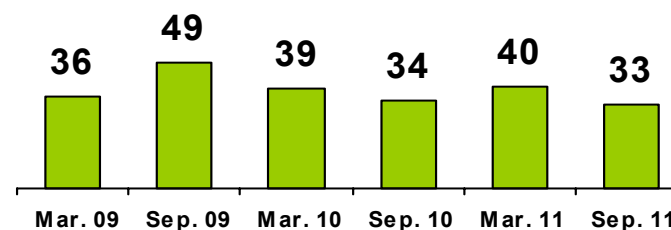
- Metoda zbiranja podatkov: CATI telefonska anketa
- Opis vzorca: nacionalno reprezentativen vzorec, 18-65 let
- Velikost vzorca: n=1002 (šesti val)
- Obdobje zbiranja podatkov:
 - Prvi val / pomlad 2009: 16.3. – 30.3.
 - Drugi val / jesen 2009: 23.9. – 30.9.
 - Tretji val / pomlad 2010: 16.3. – 6.4.
 - Četrty val / jesen 2010: 22.9. – 10.10.
 - Peti val / pomlad 2011: 15.3. – 30.3.
 - Šesti val / jesen 2011: 21.9. – 6.10.
- Izvajalec raziskave Trženjski monitor DMS je Valicon.

Osebno občutenje vpliva recesije na vsakdanje življenje (%)



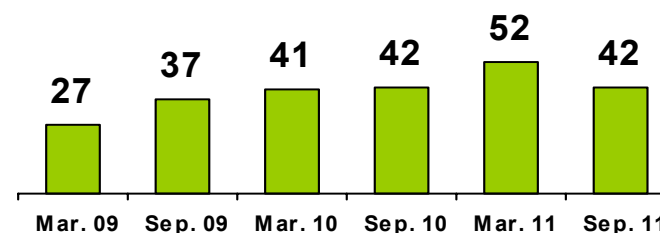
Področje občutenja recesije - kupna moč

Nižja plača, upad dohodkov



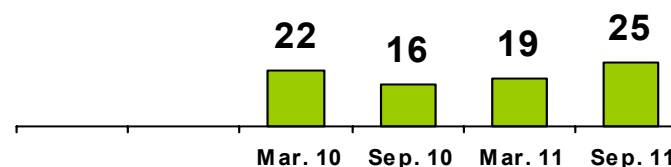
- 7

Višje cene, manjša kupna moč/
obseg potrošnje



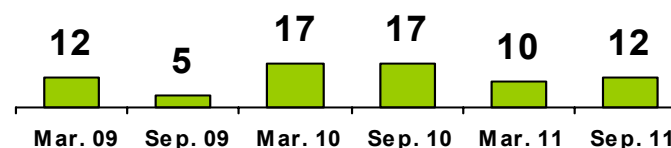
- 10

Manj si lahko privoščimo



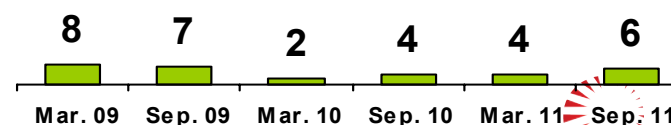
+ 6

Višji življenjski stroški



+ 2

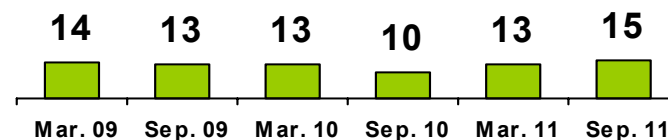
Intenzivnejše varčevanje



+ 2

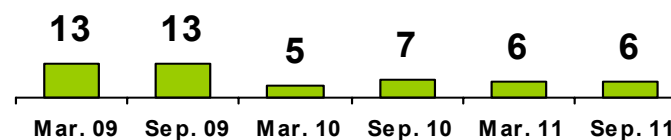
Področje občutenja recesije – delovno mesto

Izguba delovnega mesta



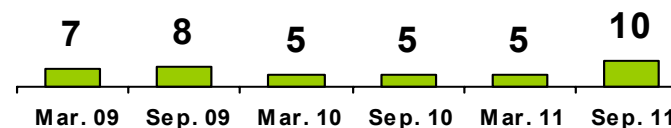
+ 2

Spremenjen delovnik, obseg dela, napetosti v službi



n.s.

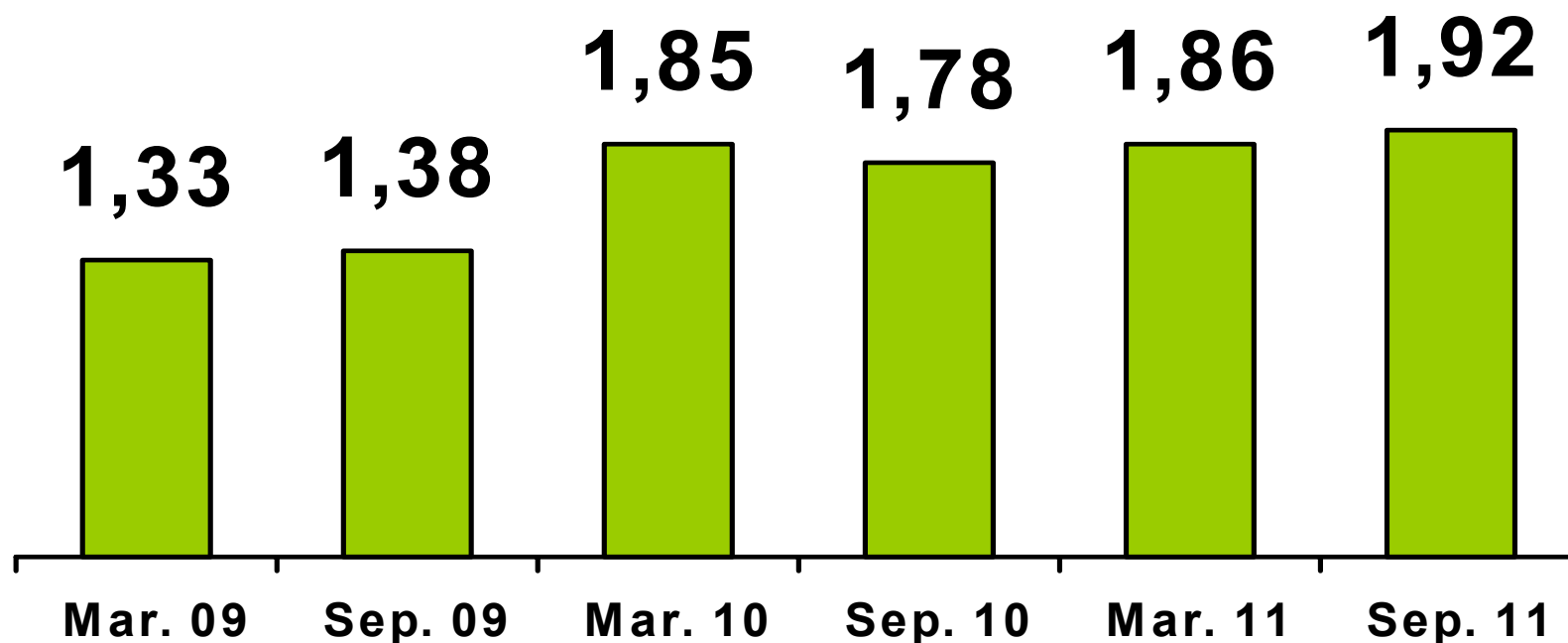
Psihološki pritisk (preko medijev, v družbi)



+ 5

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

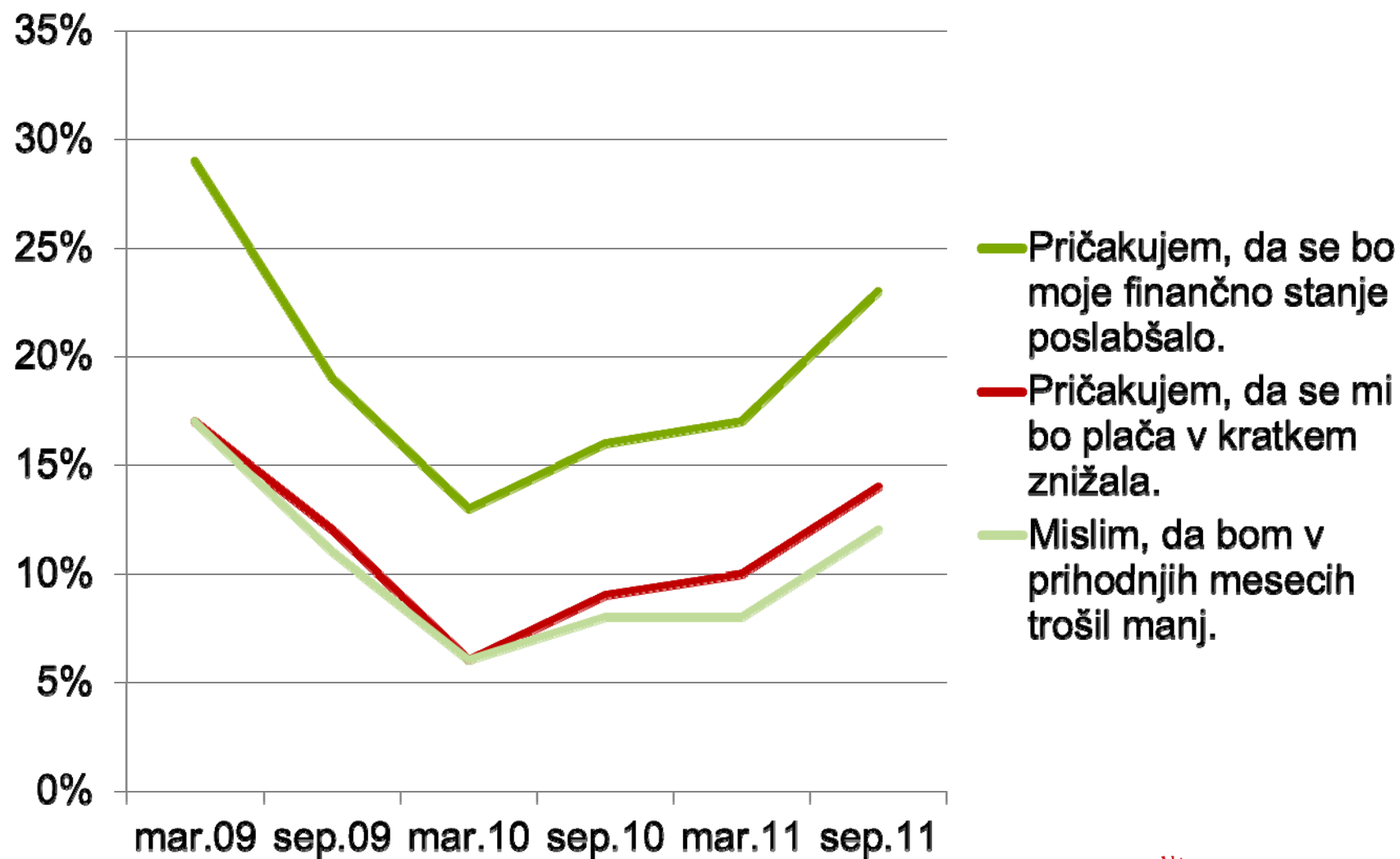
Povprečno število odgovorov na vprašane (vsi, ki so zatrdili, da čutijo vpliv recesije), pri vprašanju "Kako občutite vpliv recesije na vaše življenje?"



Ključni kazalniki

	Marec 09	Sept. 09	Marec 10	Sept. 10	Marec 11	Sept. 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 %	1 % 18 %	- 2 - 2
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 %	12 % 14 %	- 6 + 4
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 %	35 % 23 %	- 6 + 6
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 %	50 % 12 %	- 6 + 4

Pričakovanja – slutnja nove krize?



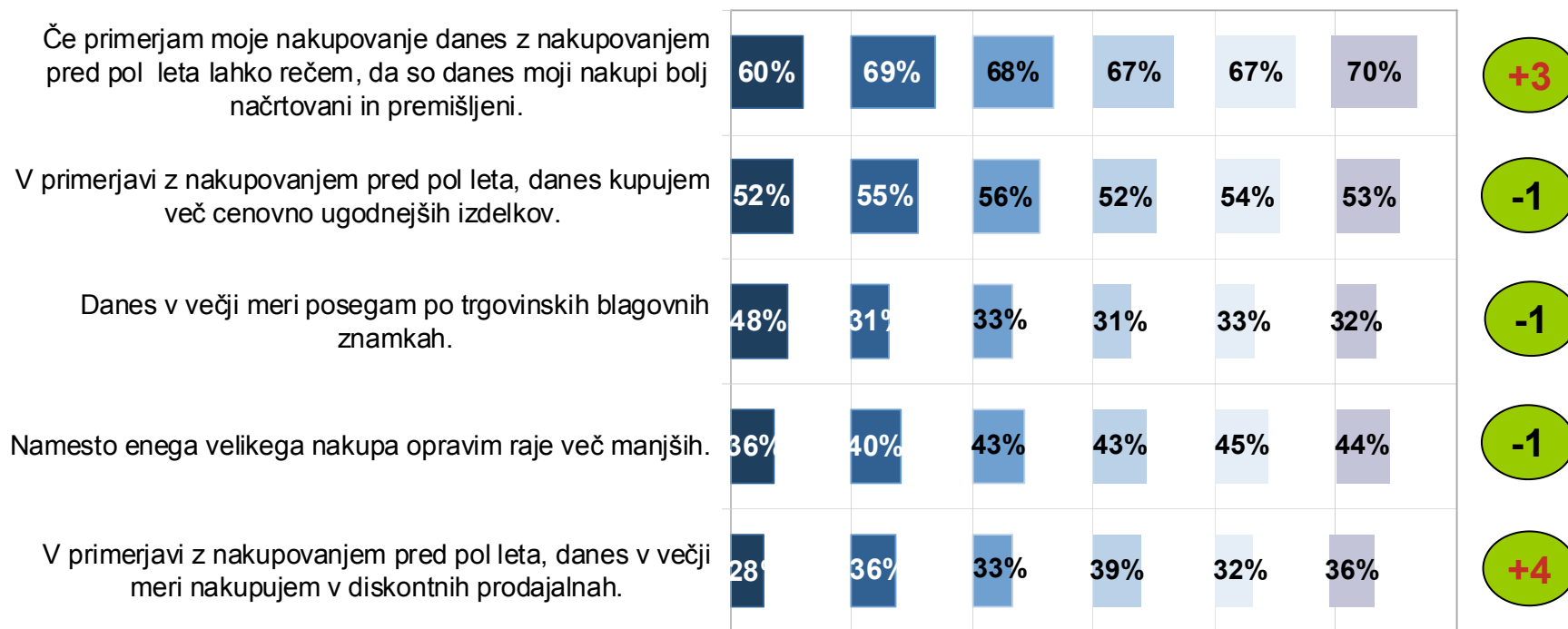
Znižanje obsega potrošnje po skupinah

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



Spremembe nakupnih navad 2009-2011

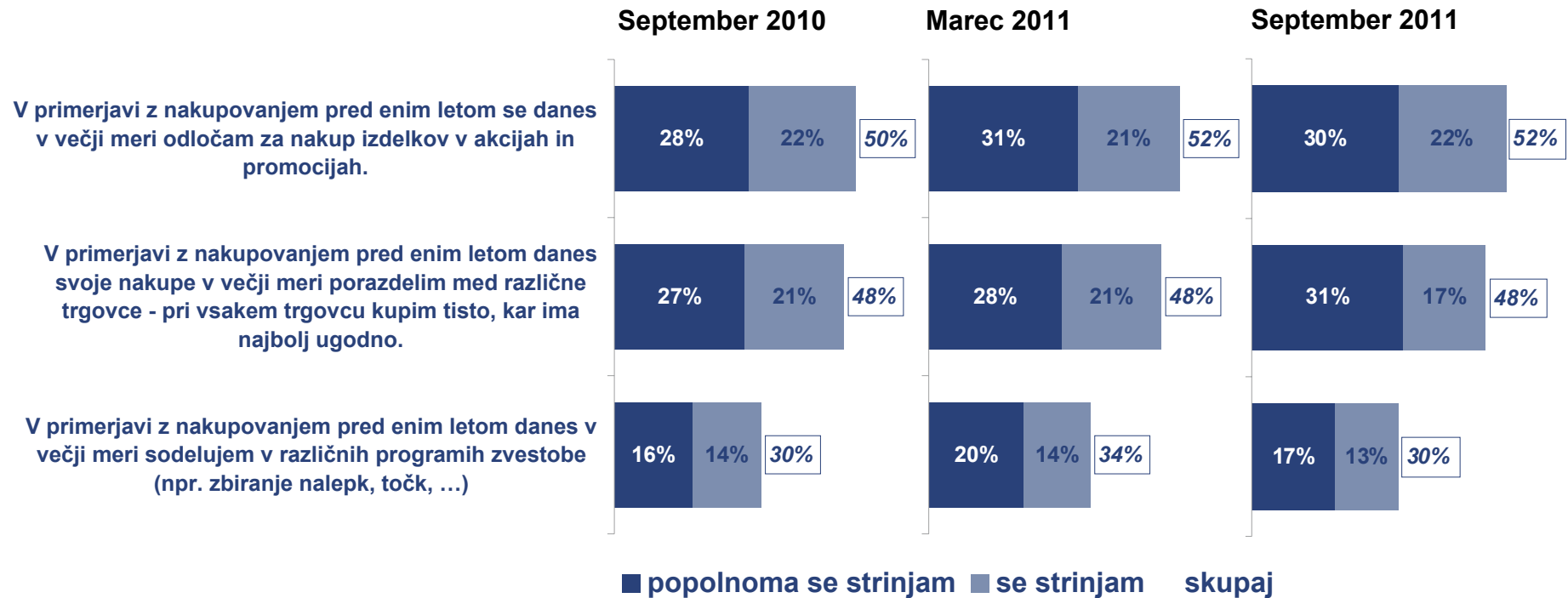
■ pomlad '09, n=1002
 ■ jesen '09, n=1004
 ■ pomlad '10, n=1042
 ■ jesen '10, n=1021
 ■ pomlad '11, n=1016
 ■ jesen '11, n=1002



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

Dodaten vpogled v nakupne navade

Vpogled v spremembo nakupnih navad



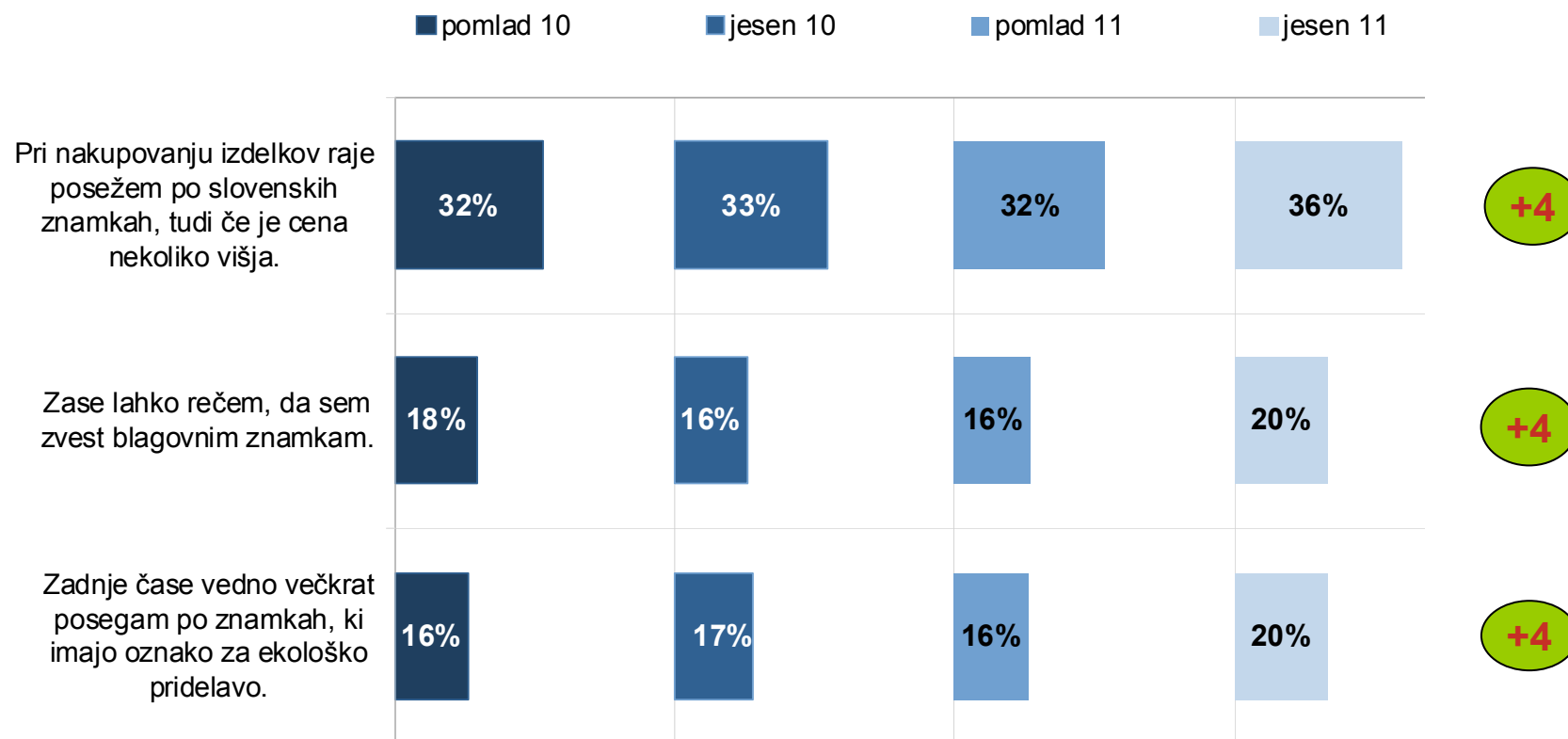
Nakupne navade po kategorijah

Odstotek vprašanih, ki se **popolnoma strinjajo** s trditvijo



Odnos do znamk

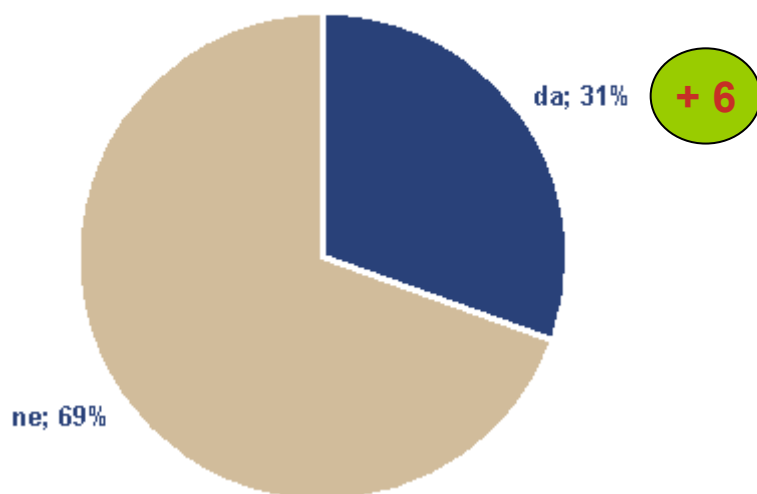
Odstotek vprašanih, ki se **popolnoma strinjajo** s trditvijo



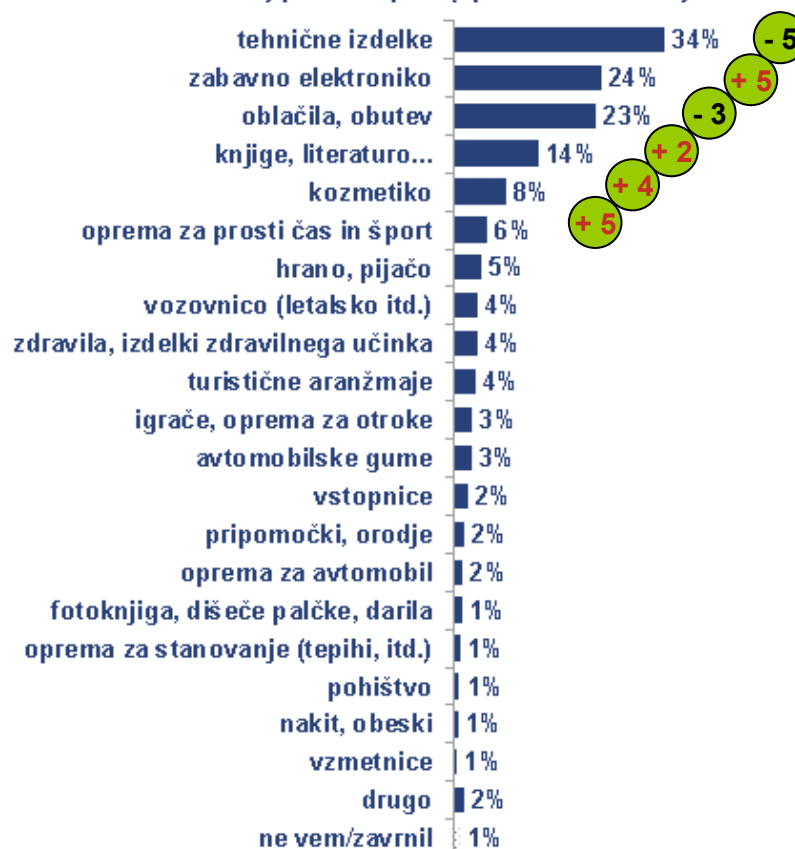
Nakupovanje na spletu

Nakupovanje na spletu

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



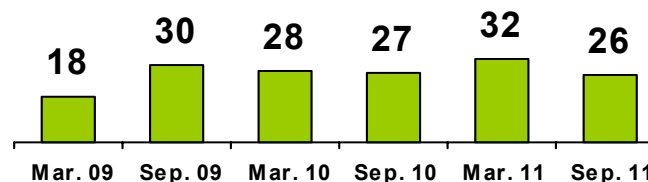
Kaj pa ste kupili? (spontane navedbe)



Recesijski segmenti

PRIZADETI

Finančno stanje je slabše, obseg potrošnje je znižan.

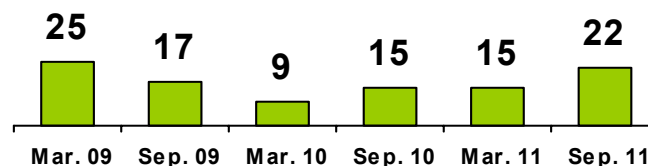


- 6



V PRIČAKOVANJU

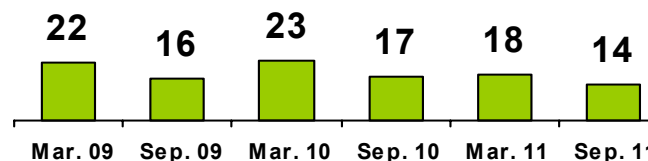
Pričakujejo poslabšanje finančnega stanja, so že ali pa pričakujejo, da bodo znižali obseg potrošnje.



+ 7

V PRIPRAVLJENOSTI

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

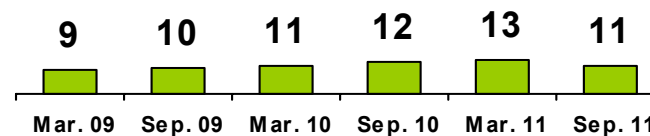


- 4

Recesijski segmenti

PRESKRBLJENI

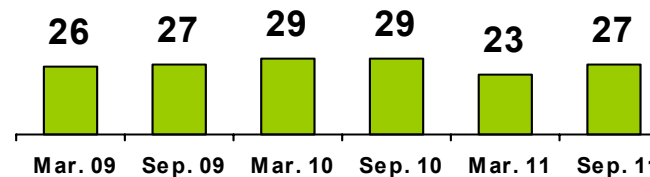
Pričakujejo poslabšanje finančnega stanja, a niso in ne nameravajo znižati obsega potrošnje.



- 2

NEDOTAKNJENI

Finančno stanje in obseg potrošnje sta nespremenjena.



+ 4

Kdo sestavlja posamezen segment

PRIZADETI

Finančno stanje je slabše, obseg potrošnje je znižan.

Skoraj 75% je starejših od 40 let, več kot polovica starejših od 50 let. Dve tretjini je takšnih z nizkimi oz. podpovprečnimi dohodki.

V PRIČAKOVANJU

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

Dve tretjini je starejših od 40 let, več kot 40% je starejših od 50 let. Med regijami izstopa vzhodna Štajerska. Nekoliko več je žensk.

V PRIPRAVLJENOSTI

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

Skoraj polovica je mlajših od 40 let. Ena petina ima nadpovprečne dohodke. Med regijami izstopata Savinjska in Goriška.

PRESKRBLJENI

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

Tokrat izstopata najvišji dohodkovni razred ter Osrednja Slovenija. Nekoliko več je mladih med 18 in 25 let.

NEDOTAKNJENI

Finančno stanje in obseg potrošnje sta nespremenjena.

Slabih 60% je starih do 40 let, prihajajo iz srednjega in višjega dohodkovnega razreda. Nekoliko več je moških.

Ključni indikatorji glede na zaposlitveni status

	zaposleni v javnem sektorju	zaposleni v privatnem sektorju	Samo-zaposleni	nezaposleni	upokojenci	šolajoči
Osebno doživljanje gospodarske krize "da, občutim"	70%	73%	74%	70%	81%	50%
Področje občutenja recesije	<p>1.višje cene / podražitve: 37%</p> <p>2.nižja plača, upad dohodkov: 35%</p> <p>3.manj si lahko privoščim(o): 22%</p>	<p>1.nižja plača, upad dohodkov: 41%</p> <p>2.višje cene / podražitve: 29%</p> <p>3.manj si lahko privoščim(o): 27%</p>	<p>1.manjša kupna moč, obseg potrošnje: 27%</p> <p>2.nižja plača, upad dohodkov: 17%</p> <p>3.manj denarja ostane za preživetje: 16%</p>	<p>1.izguba službe, brezposelnost: 44%</p> <p>2.nižja plača, upad dohodkov: 27%</p> <p>3.manj si lahko privoščim(o): 22%</p>	<p>1.višje cene / podražitve: 34%</p> <p>2.manj si lahko privoščim(o): 32%</p> <p>3.nižja plača, upad dohodkov: 29%</p>	<p>1.nižja plača, upad dohodkov: 34%</p> <p>2.izguba službe, brezposelnost: 25%</p> <p>3.manj si lahko privoščim(o): 23%</p>
Čemu se odpovedujejo?	<p>ničemur: 42%</p> <p>1.oblačila in obutev: 20%</p>	<p>ničemur: 51%</p> <p>1.oblačila in obutev: 21%</p>	<p>ničemur: 67%</p> <p>1.dopust: 19%</p>	<p>ničemur: 34%</p> <p>1.hrana, pijača itd.: 33%</p>	<p>ničemur: 32%</p> <p>1.oblačila in obutev: 29%</p>	<p>ničemur: 60%</p> <p>1.izdelki za prosti čas in plačljive športne aktivnosti: 18%</p>

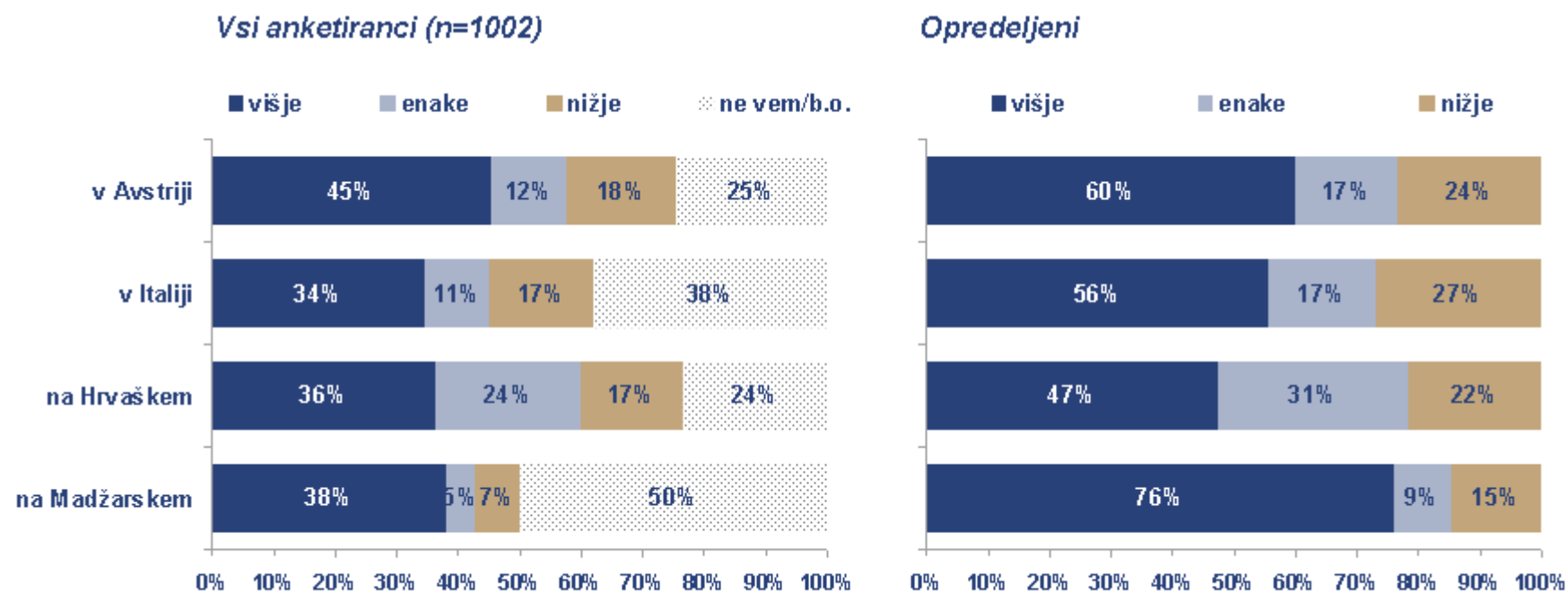
Ključni indikatorji glede na zaposlitveni status

	zaposleni v javnem sektorju	zaposleni v privatnem sektorju	Samo-zaposleni	nezaposleni	upokojenci	šolajoči
Finančno stanje "slabše kot pred pol leta" "pričakujem poslabšanje"	30% 28%	24% 20%	23% 17%	52% 21%	52% 26%	24% 28%
Potrošnja "trošim manj" "pričakujem, da bom trošil manj"	43% 16%	49% 8%	23% 15%	55% 14%	59% 15%	40% 7%
Recesijski segmenti prizadeti vs. nedotaknjeni	17% vs 28%	19% vs 34%	14% vs 45%	41% vs 20%	40% vs 12%	16% vs 39%
Povprečni IRP	59	64	46	63	62	59

Novost – primerjava cen s sosednjimi državami

Cene osnovnih življenjskih potrebščin v Sloveniji v primerjavi s sosednjimi državami

Ali so po vašem mnenju cene osnovnih življenjskih potrebščin v Sloveniji višje ali nižje kot...



Novost – primerjava cen s sosednjimi državami

V Sloveniji dražji izdelki v primerjavi s sosednjimi državami

V katerih kategorijah izdelkov pa menite, da so cene v Sloveniji višje kot v sosednjih državah? (spontane navedbe) (n=1002)



Novost – primerjava cen s sosednjimi državami

Glavni vzroki za relativno dražje življenje v Sloveniji

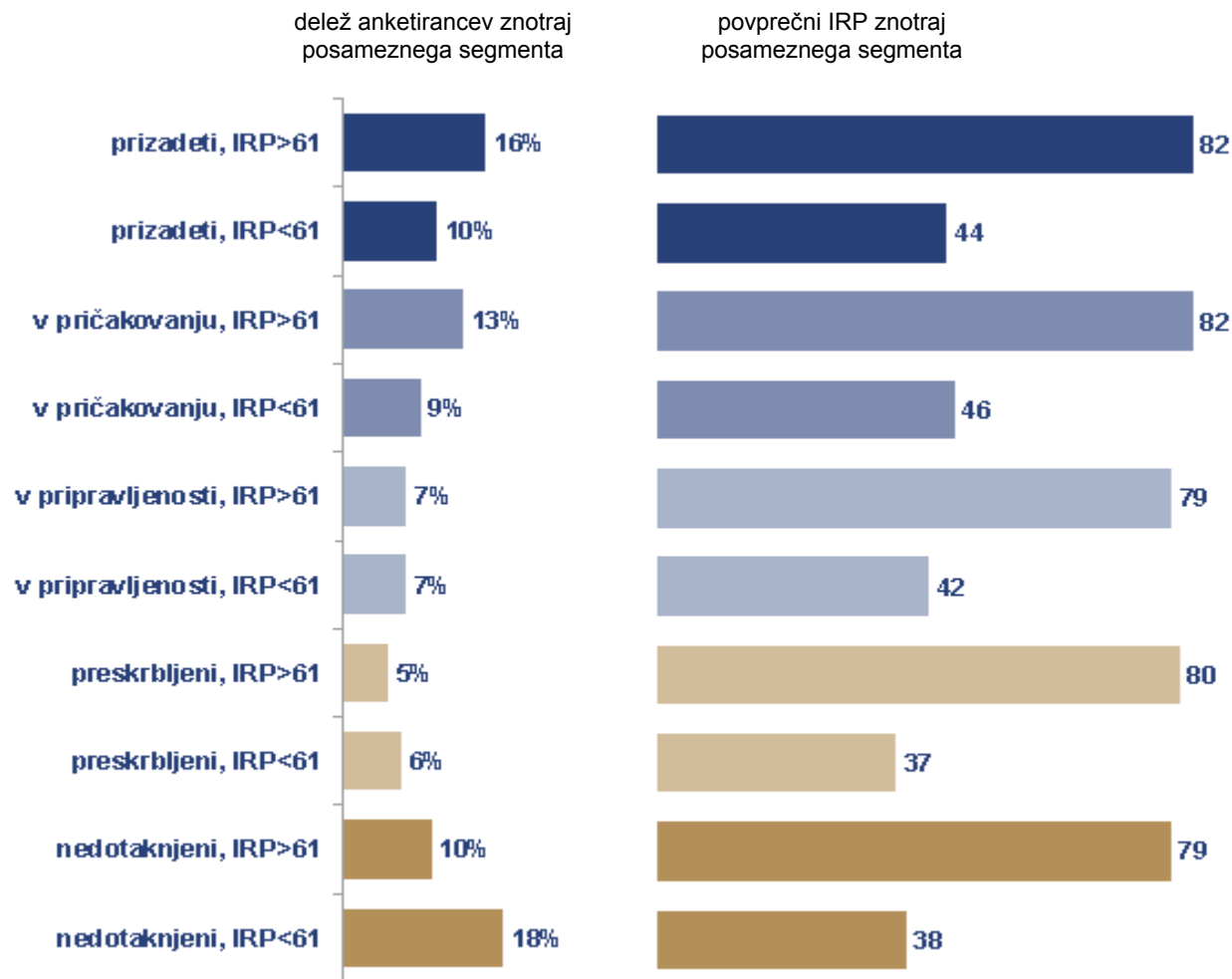
Nekatere analize kažejo, da je življenje v Sloveniji relativno dražje kot v nekaterih razvitih državah. S tem mislimo predvsem na to, koliko povprečni prebivalec potroši na osnovnih življenjskih potrebščinah in drugih stroških, glede na dohodke, ki jih prejme. Kaj so po vašem mnenju glavni vzroki za takšno stanje? (spontane navedbe) (n=1002)



Novost – IRP (indeks racionalizacije potrošnje)

- Indeks racionalizacije potrošnje (IRP) določa pet trditev:
 - Če primerjam moje nakupovanje danes z nakupovanjem pred enim letom lahko rečem, da so danes moji nakupi bolj načrtovani in preišljeni.
 - V primerjavi z nakupovanjem pred enim letom, danes kupujem več cenovno ugodnejših izdelkov.
 - V primerjavi z nakupovanjem pred enim letom, danes v večji meri nakupujem v diskontnih prodajalnah (kot so Hofer, Lidl, Eurospin...).
 - V primerjavi z nakupovanjem pred enim letom se danes v večji meri odločam za nakup izdelkov v akcijah in promocijah.
 - V primerjavi z nakupovanjem pred enim letom danes svoje nakupe v večji meri porazdelim med različne trgovce - pri vsakem trgovcu kupim tisto, kar ima najbolj ugodno.
- IRP je definiran od 0 do 100 – 0 pomeni “z vsako trditvijo se sploh ne strinjam”, 100 pomeni “z vsako trditvijo se popolnoma strinjam”.
- IRP je seštevek vrednosti petih trditev, ki se deli s številom trditev (5)
 - Minimalna vrednost je 5 – ta definira indeks 0.
 - Maksimalna vrednost je 25 – ta definira indeks 100.
 - Povprečni indeks za slovensko populacijo znaša 61.

Recesijski segmenti glede na indeks racionalizacije potrošnje (IRP)



Povprečni IRP po recesijskih segmentih:

- Prizadeti: 67
- V pričakovanju: 68
- V pripravljenosti: 60
- Preskrbljeni: 56
- Nedotaknjeni: 53

Pripravljeni na krizo?

- **Zaznavanje posledic recesije spominja na leto 2009, ko je bolj kot dejansko občutenje prevladoval strah. Tokrat so negativna pričakovanja zopet na visoki ravni, dejanska občutenja pa so še vedno prisotna in kažejo na sprejemanje posledic recesije kot dejstvo.**
 - **Še več ljudi zaznava posledice recesije kot problem znižanja kupne moči („manj si lahko privoščimo“), hkrati je v večji meri zaznan psihološki pritisk.**
 - **Manj ljudi zaznava posledice recesije kot upad dohodkov in podražitev/višje cene, kar vpliva tudi na spremembo v recesijskih segmentih – delež prizadetih je značilno nižji, delež nedotaknjenih višji, viša se delež ljudi v pripravljenosti.**
- **Nakupi potrošnikov so nekoliko bolj načrtovani in preišljeni – takšnih je že 70% potrošnikov. Povprečni indeks racionalizacije potrošnje je 61, torej presega povprečno vrednost za 11 indeksnih točk.**
- **Racionalizacija potrošnje je najvišja in nadpovprečna med zaposlenimi v privatnem sektorju, nezaposlenimi ter med upokojenci, najnižja in podpovprečna pa med samozaposlenimi. Najbolj pesimistični glede finančnega stanja in obsega trošenja so zaposleni v javnem sektorju.**