

# Trženjski monitor DMS

## pomlad 2013

---

**Spremljanje ravnanja potrošnikov v trenutnih  
gospodarskih razmerah**

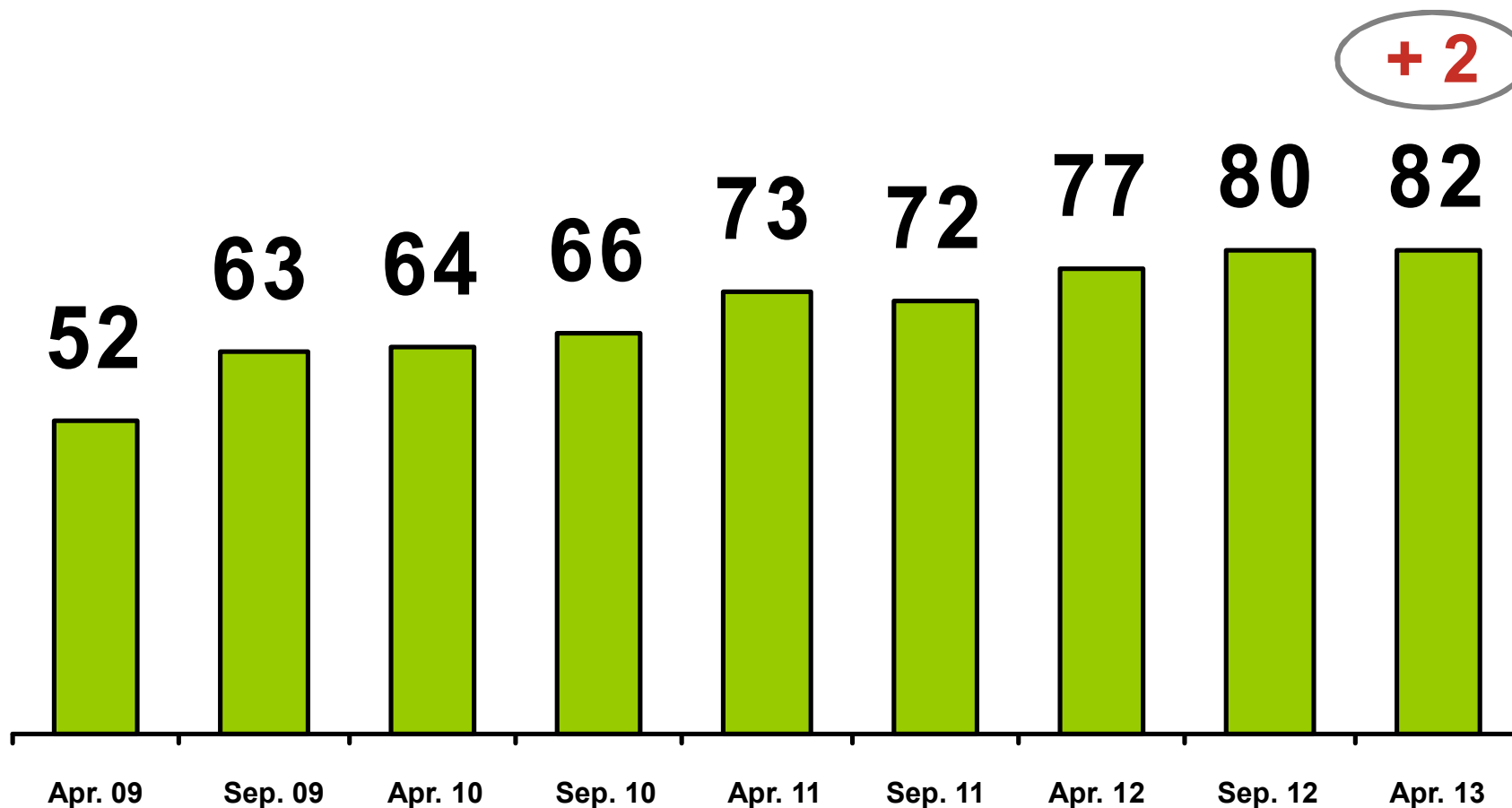
# Podatki o raziskavi

---

## Trženjski monitor DMS: 2009 - 2013

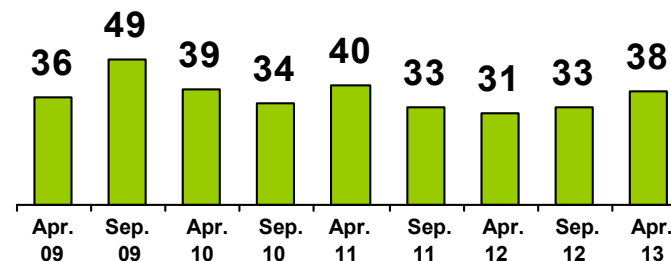
- Metoda zbiranja podatkov: CATI telefonska anketa
- Opis vzorca: nacionalno reprezentativen vzorec, 18-65 let
- Velikost vzorca: n=1026 (deveti val)
- Obdobje zbiranja podatkov:
  - Prvi val / pomlad 2009: 16.3. – 30.3.
  - Drugi val / jesen 2009: 23.9. – 30.9.
  - Tretji val / pomlad 2010: 16.3. – 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.
  - Sedmi val / pomlad 2012: 2.4. – 12.4.
  - Osmi val / jesen 2012: 20.9. – 6.10.
  - Deveti val / pomlad 2013: 21.3. – 8.4.
- Izvajalec raziskave Trženjski monitor DMS je Valicon.

# Oseбно občutenje vpliva recesije na vsakdanje življenje (%)



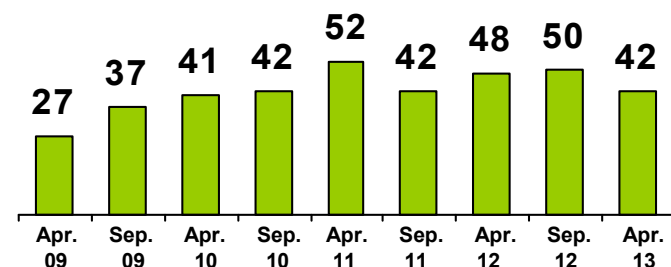
# Področje občutenja recesije - kupna moč

Nižja plača, upad dohodkov



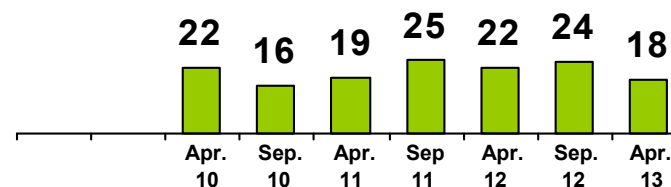
+ 5

Višje cene, manjša kupna moč/  
obseg potrošnje



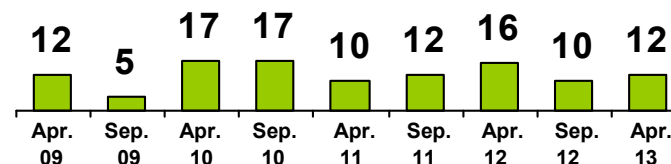
- 8

Manj si lahko privoščimo



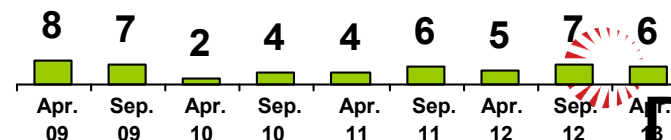
- 6

Višji življenjski stroški



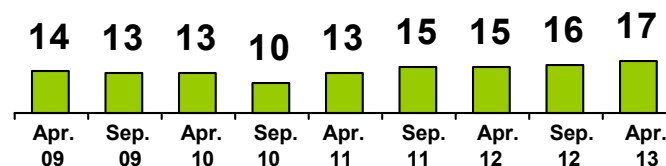
+ 2

Intenzivnejše varčevanje

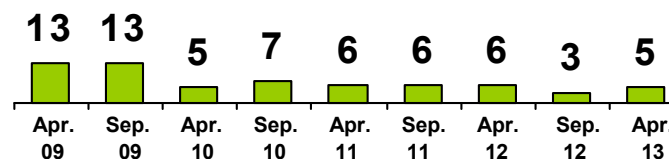


# Področje občutenja recesije – delovno mesto

Izguba delovnega mesta

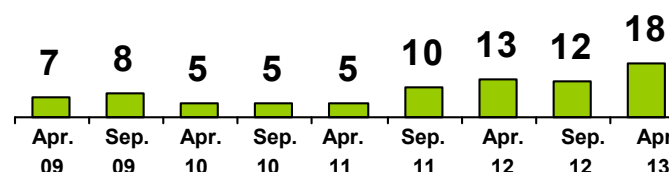


Spremenjen delovnik, obseg dela, napetosti v službi



+ 2

Psihološki pritisk (preko medijev, v družbi)

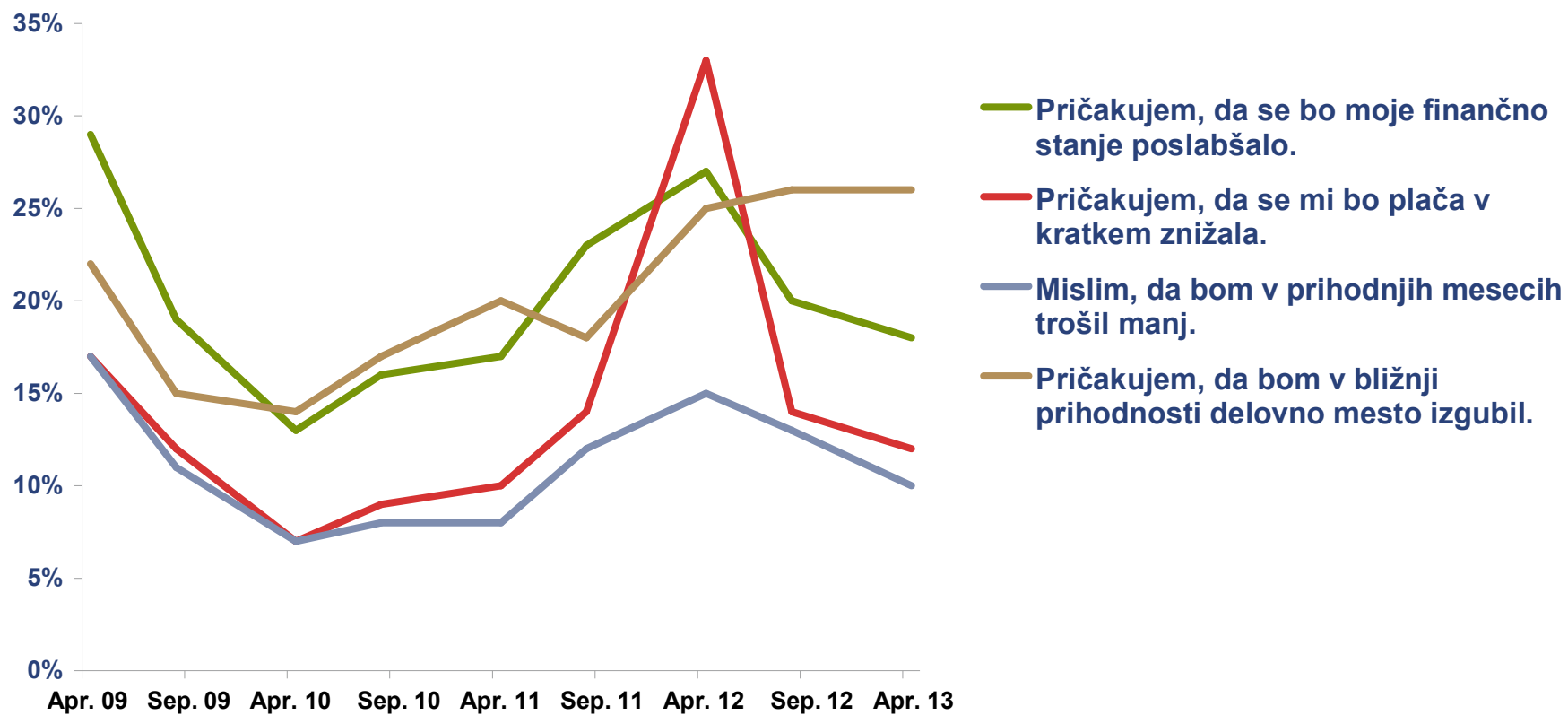


+ 6

# Ključni kazalniki

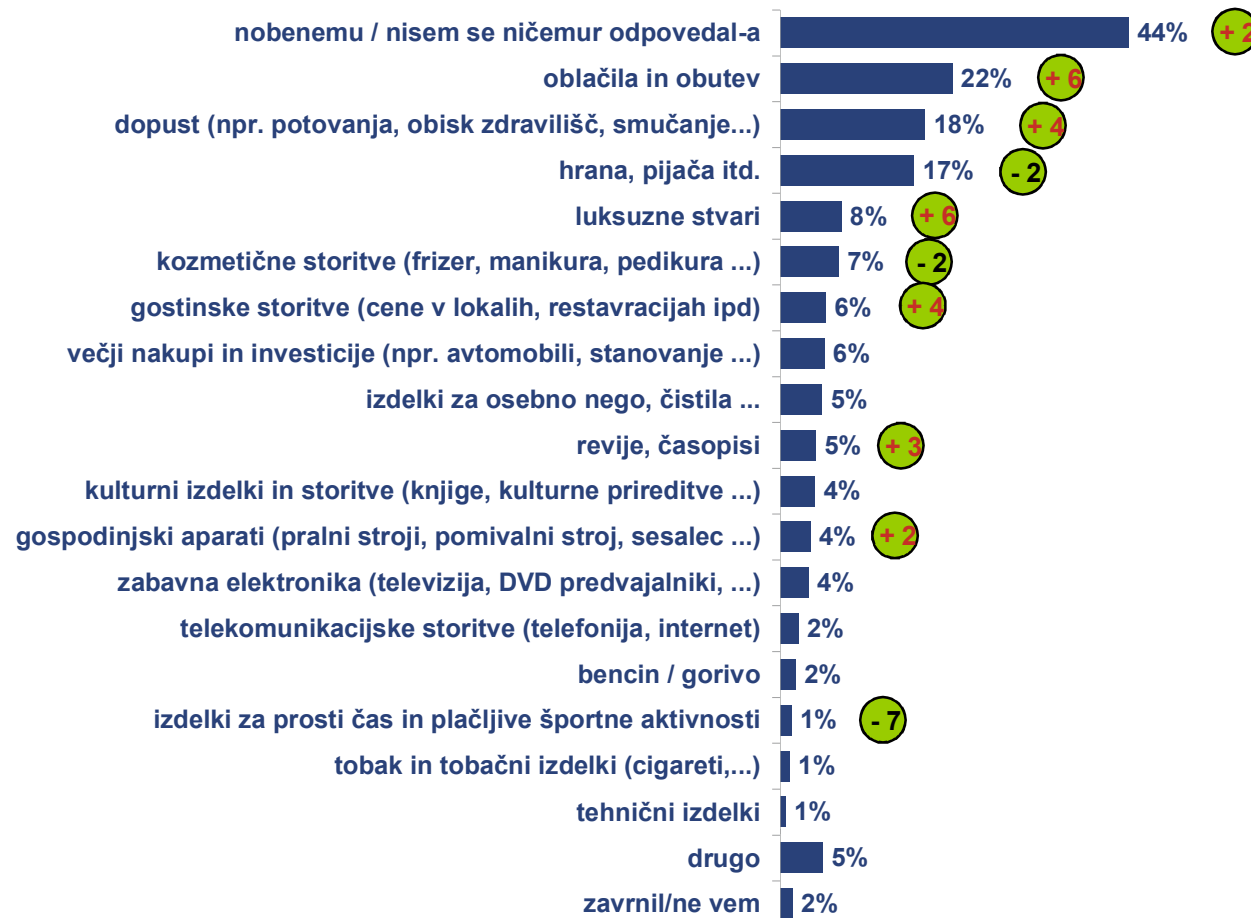
	Apr. 09	Sep. 09	Apr. 10	Sep. 10	Apr. 11	Sep. 11	Apr. 12	Sep. 12	Apr. 13	RAZLIKA
<b>VARNOST DELOVNEGA MESTA*</b>										
Delovno mesto sem že izgubil.	1 %	2 %	1 %	1 %	3 %	1 %	2 %	3 %	1 %	- 2
Pričakujem, da bom v bližnji prihodnosti delovno mesto izgubil.	22 %	15 %	14 %	17 %	20 %	18 %	25 %	26 %	26 %	n.s.
<b>PRIČAKOVANJA GLEDE OSEBNEGA DOHODKA*</b>										
Moja plača se je že znižala.	22 %	26 %	16 %	15 %	18 %	12 %	15 %	32 %	32 %	n.s.
Pričakujem, da se mi bo plača v kratkem znižala.	17 %	12 %	6 %	9 %	10 %	14 %	33 %	14 %	12 %	- 2
<b>PRIČAKOVANJA GLEDE FINANČNEGA STANJA</b>										
Moje finančno stanje se je poslabšalo.	23 %	38 %	35 %	37 %	41 %	35 %	42 %	47 %	48 %	n.s.
Pričakujem, da se bo moje finančno stanje poslabšalo.	29 %	19 %	13 %	16 %	17 %	23 %	27 %	20 %	18 %	- 2
<b>OBSEG POTROŠNJE V ZADNJIH MESECIH</b>										
Trošim manj.	48 %	51 %	54 %	50 %	56 %	50 %	59 %	62 %	61 %	n.s.
Mislim, da bom v prihodnjih mesecih trošil manj.	17 %	11 %	6 %	8 %	8 %	12 %	15 %	13 %	10 %	- 3

# Pričakovanja



# Znižanje obsega potrošnje po skupinah

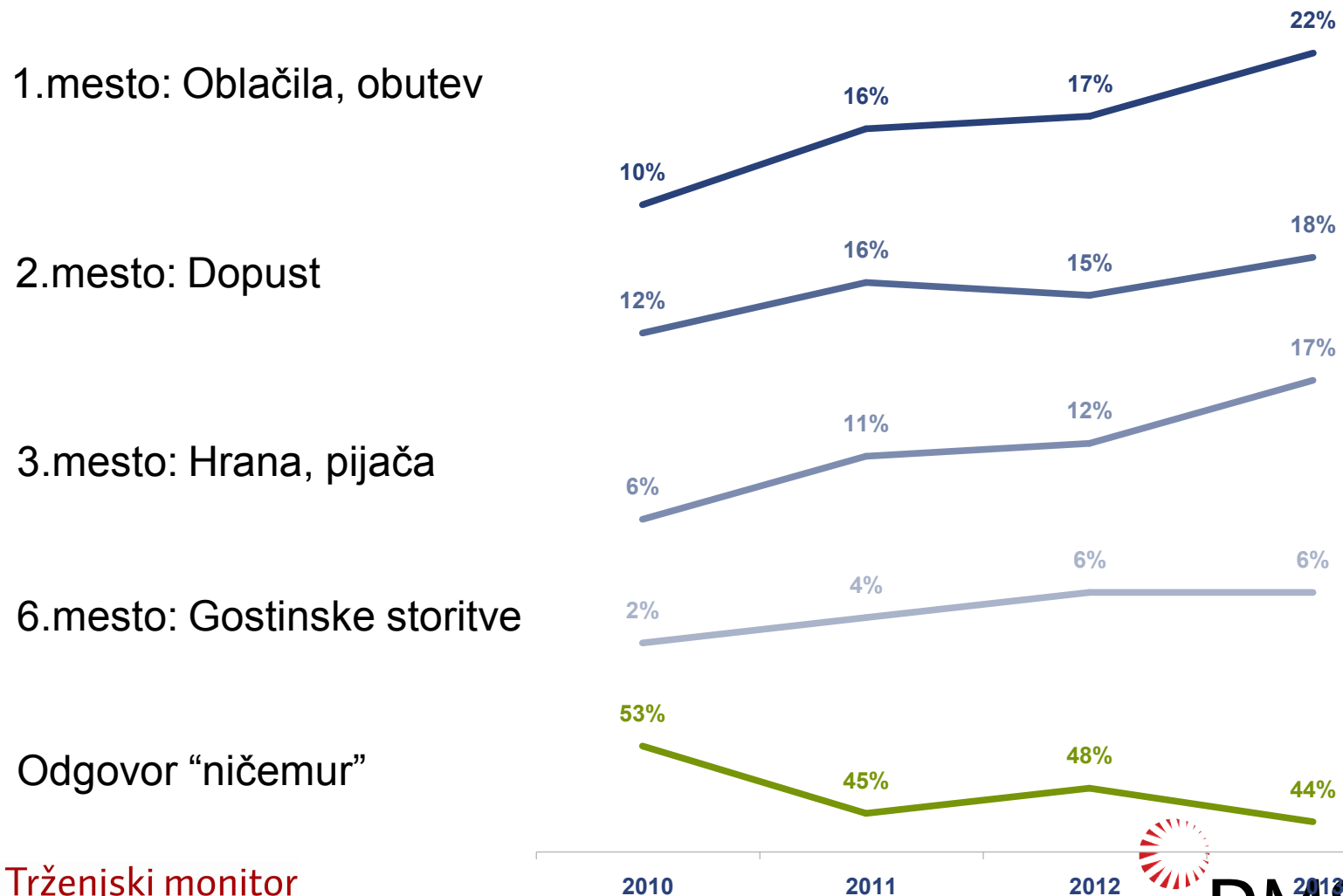
Katerim izdelkom/storitvam ste se odpovedali v zadnjem letu, zaradi recesije? (spontane navedbe)





# Znižanje obsega potrošnje po skupinah

Katerim izdelkom/storitvam ste se odpovedali v zadnjem letu, zaradi recesije? (spontane navedbe; primerjave pomladnih meritev po letih)



# Kaj potrošniki počnejo drugače

**NOVOST:** Ljudje se različno odzivamo na spremenjene gospodarske okoliščine, ki trajajo od začetka finančne krize konec leta 2008. Z raziskavo, kot je ta, ki jo izvajamo sedaj, smo opazili, da ljudje zaradi spremenjenih gospodarskih okoliščin spreminjajo tudi svoje navade. Nam lahko opišete, kako ste se odzvali vi? Kaj počnete drugače kot prej, vi osebno ali vase gospodinjstvo?

premišljena poraba/ bolj racionalno obnašanje pri nakupovanju hrane in izdelkov vsakodnevne potrošnje	41%
premišljena poraba/ bolj racionalno obnašanje (pri vseh vidikih: ogrevanje, voda,...)	14%
skromnejše življenje/ manj porabimo	12%
zmanjševanje nepotrebnih stroškov (frizer, kozmetika, izleti, zabava, gledališče,...)/ nič si ne privoščimo	10%
skrajšanje dopusta/ manj ali nič potovanj	7%
vračanje k naravi/ gojenje zelenjave na vrtu	7%
javni prevoz/ zmanjšanje stroškov prevoza/ peš/ kolo	6%
varčujemo	6%
manj nakupovanj oblek	4%
sprememba prehranjevalnih navad (kuhamo doma, ne hodimo v restavracije,..)	2%
ni nobenih vlaganj/ renovacij/ manj varčujemo	2%
več smo doma	2%
drugo	4%
ne vem	1%
nič se ni spremenilo/ vse isto	31%

# Spremembe nakupnih navad 2009-2013

## Odstotek vprašanih, ki se **strinjajo s trditvami:**

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

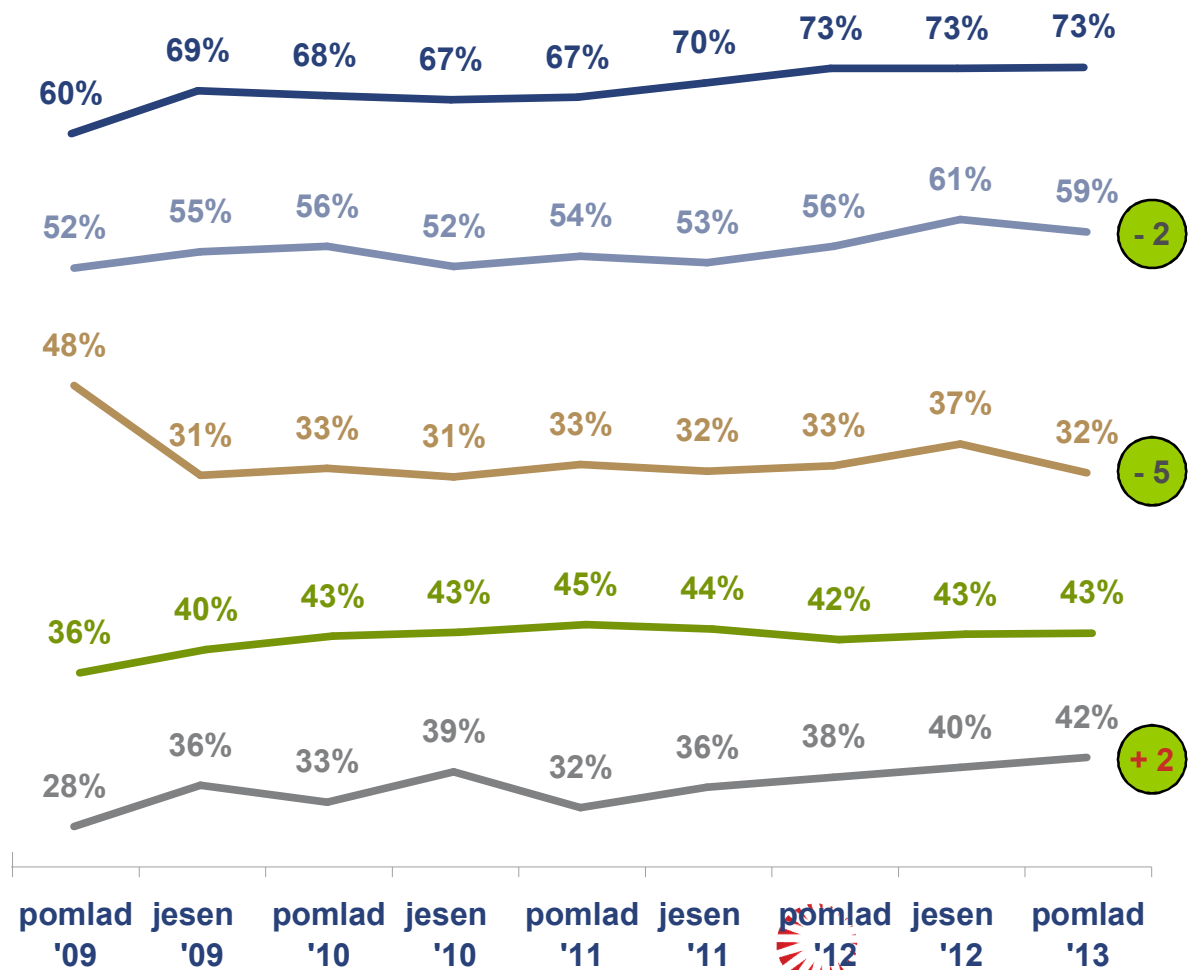
Če primerjam moje nakupovanje danes z nakupovanjem pred pol leta lahko rečem, da so danes moji nakupi bolj načrtovani in premišljeni.

V primerjavi z nakupovanjem pred pol leta, danes kupujem več cenovno ugodnejših izdelkov.

Danes v večji meri posegam po trgovskih blagovnih znamkah.

Namesto enega velikega nakupa opravi raj več manjših.

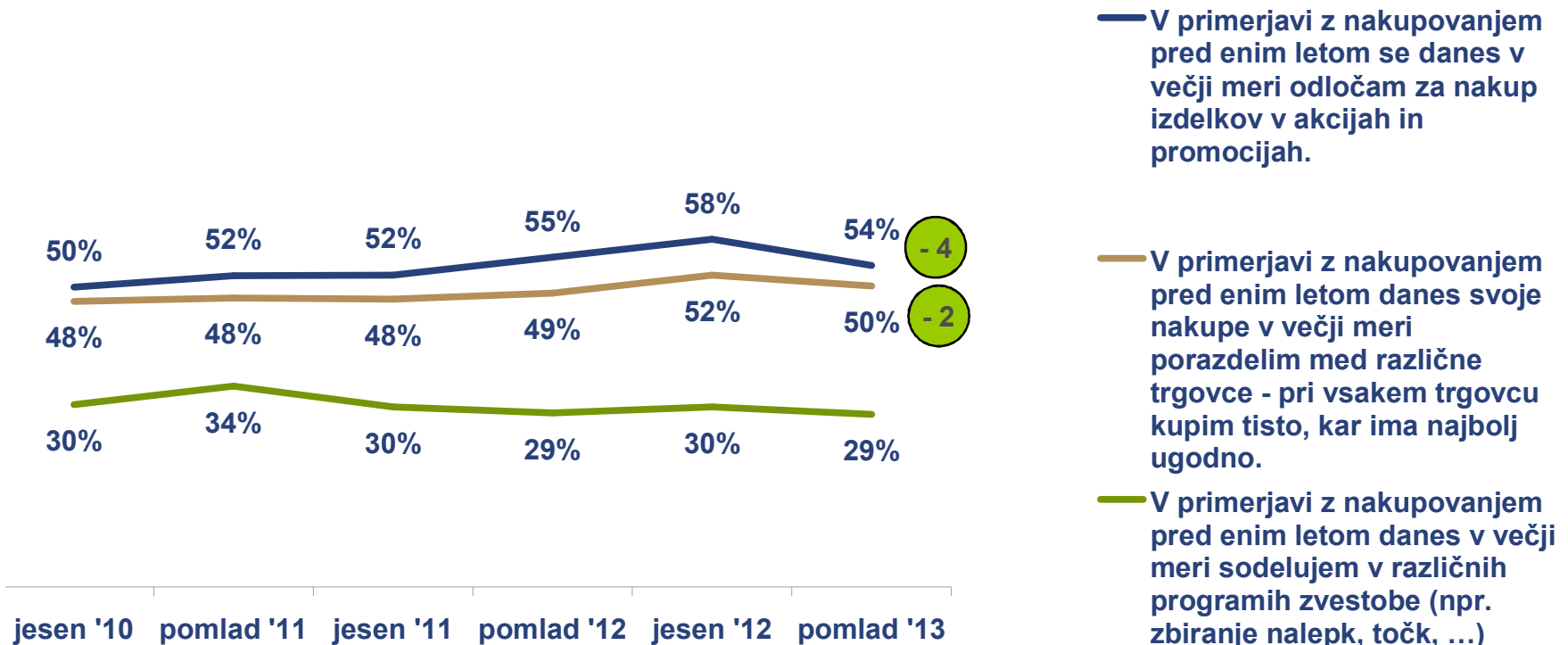
V primerjavi z nakupovanjem pred pol leta, danes v večji meri nakupujem v diskontnih prodajalnah.



# Dodaten vpogled v nakupne navade

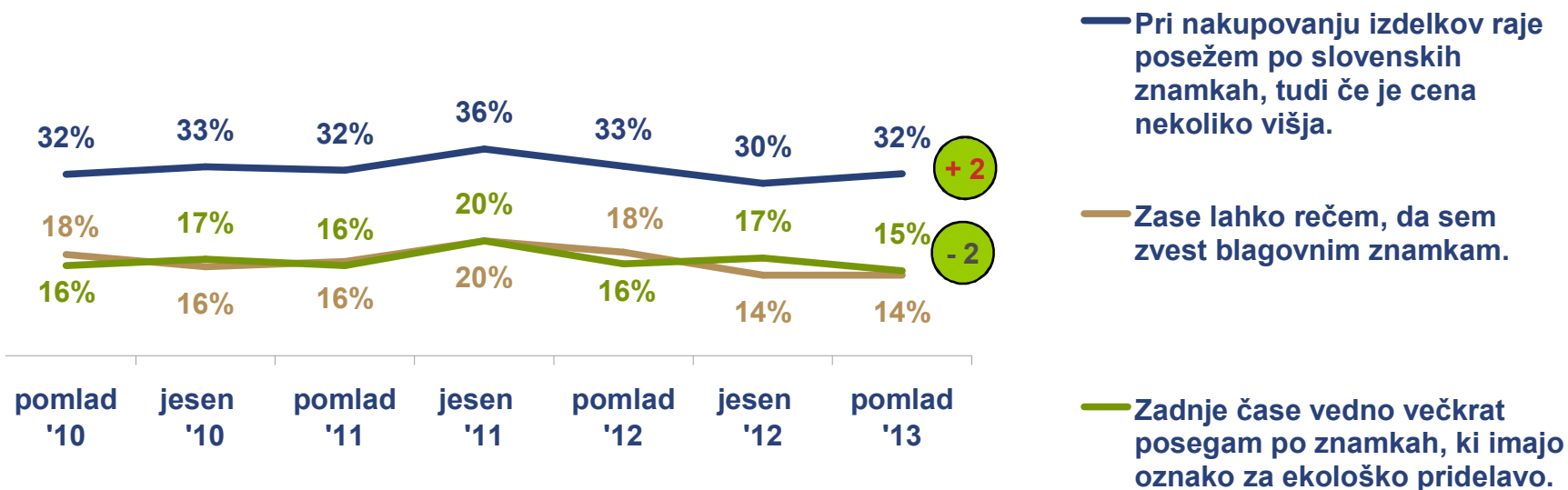
## Vpogled v spremembo nakupnih navad

Odstotek vprašanih, ki se **strinjajo** s trditvami:



# Odnos do znamk

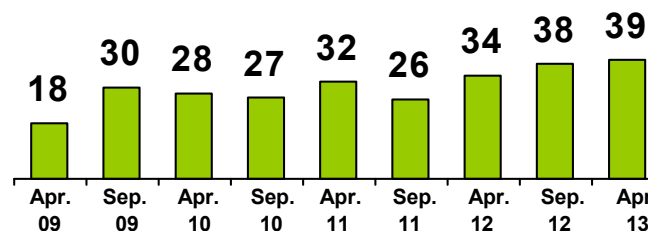
Odstotek vprašanih, ki se **popolnoma strinjajo** s trditvami:



# Recesijski segmenti

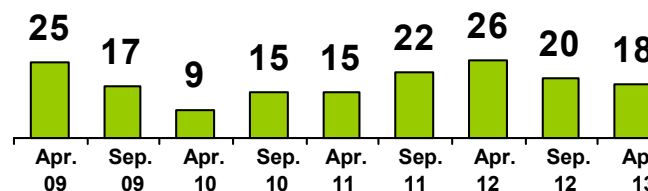
## PRIZADETI

Finančno stanje je slabše, obseg potrošnje je znižan.



## V PRIČAKOVANJU

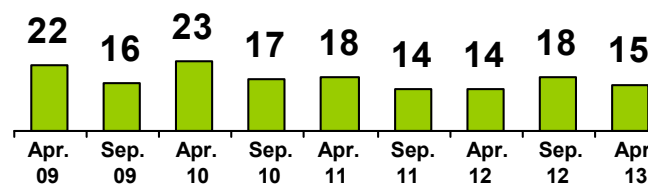
Pričakujejo poslabšanje finančnega stanja, so že ali pa pričakujejo, da bodo znižali obseg potrošnje.



- 2

## V PRIPRAVLJENOSTI

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

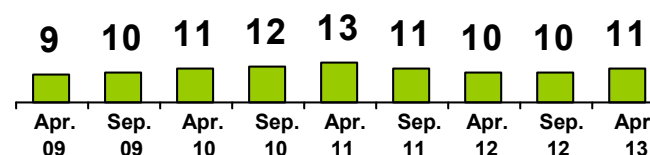


- 3

# Recesijski segmenti

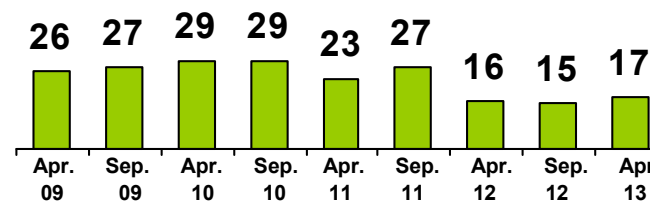
## PRESKRBLJENI

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



## NEDOTAKNJENI

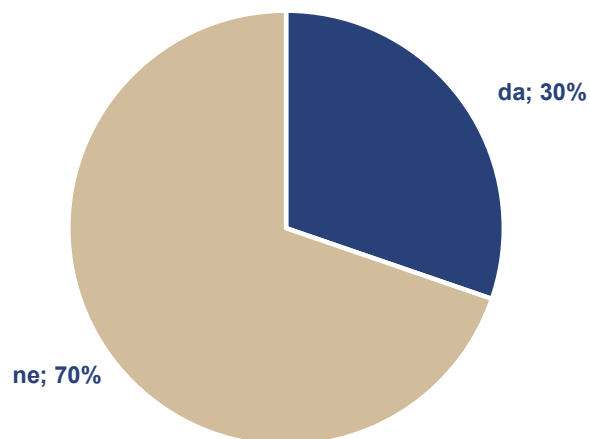
Finančno stanje in obseg potrošnje sta nespremenjena.



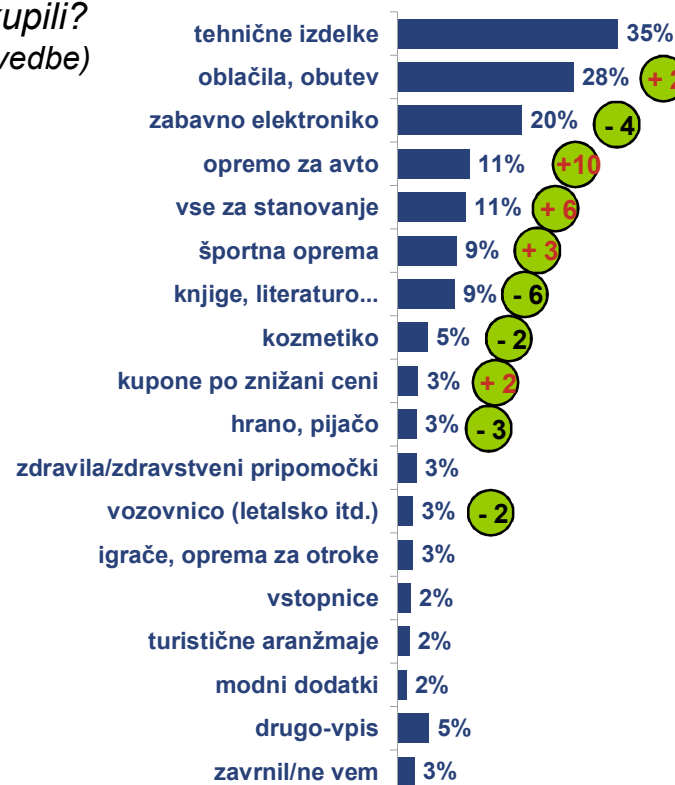
+ 2

# Nakupovanje na spletu

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



Kaj pa ste kupili?  
(spontane navedbe)

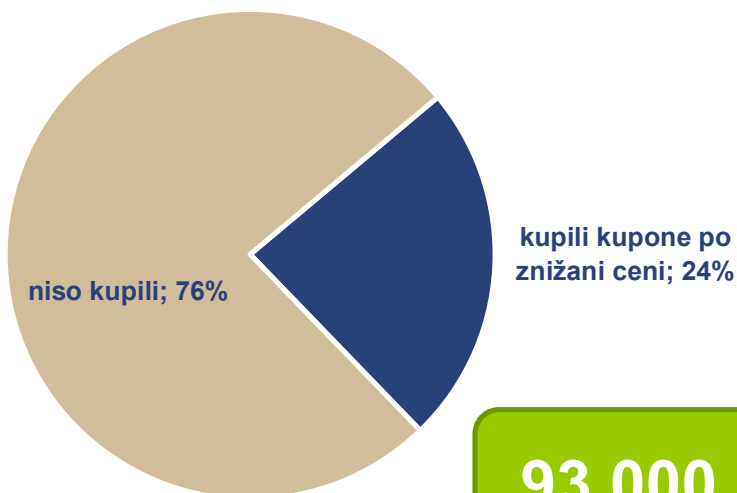




# Spletni nakup kuponov

NOVOST

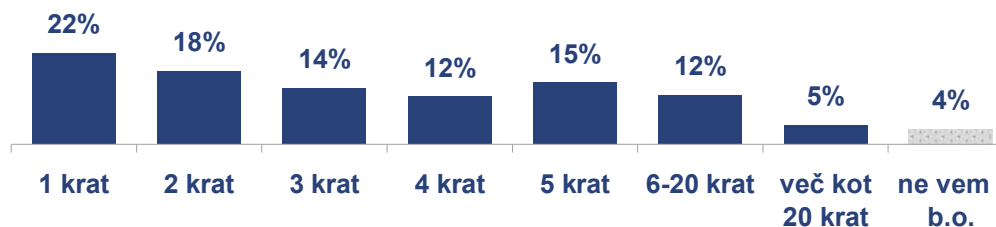
Anketiranci, ki so v zadnjem letu kupili katerikoli izdelek na spletu, on-line (teh je 30%):



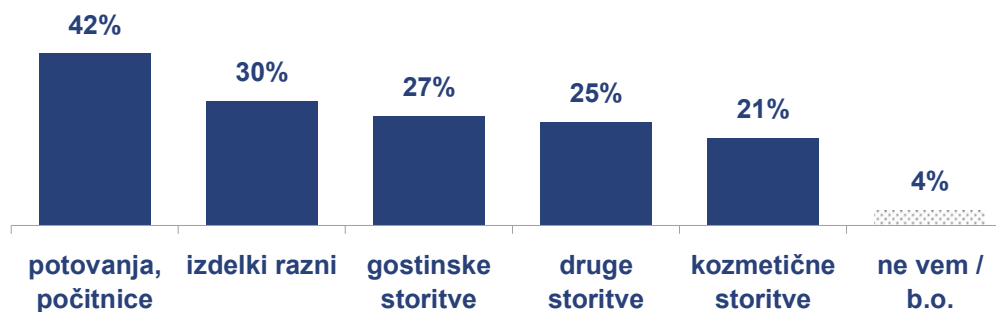
93.000

I. Kolikokrat v zadnjem letu ste opravili spletni nakup kuponov?

V povprečju 5 nakupov.



II. Kaj vse pa ste kupili? Še kaj?



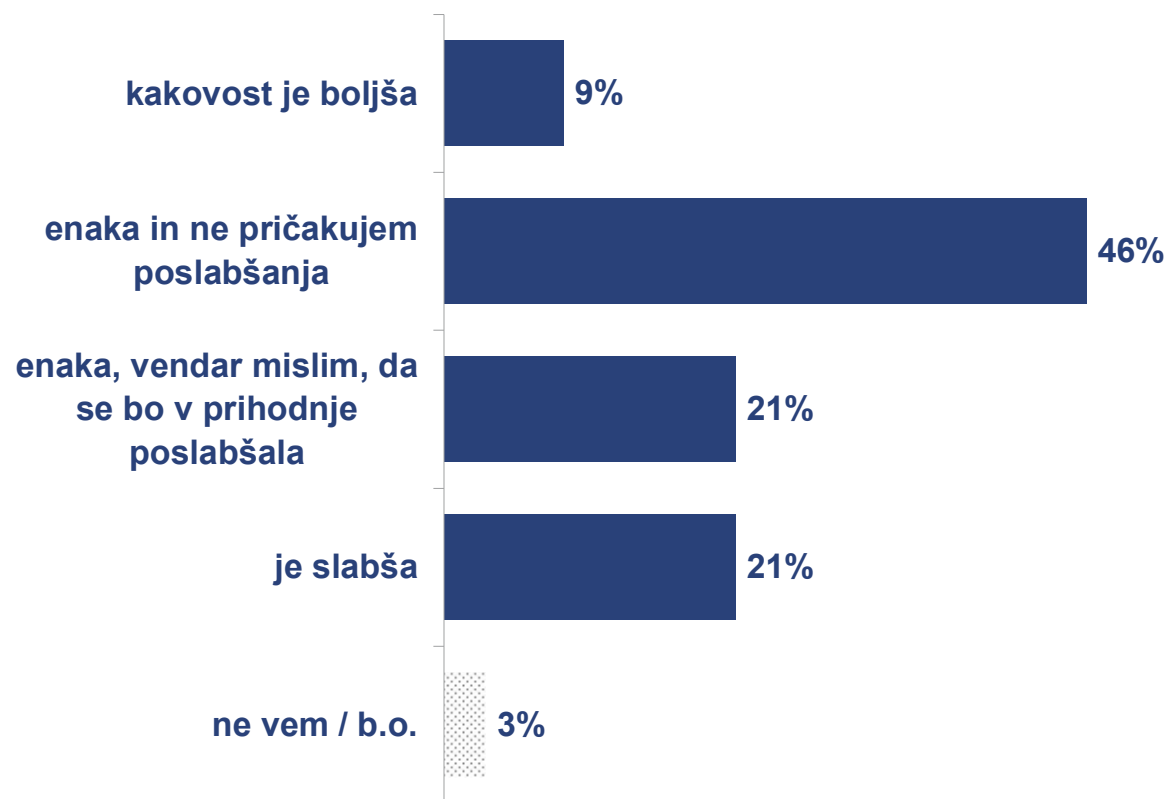
# Poreklo kupljenih izdelkov

**NOVOST:** Pri katerih vrstah izdelkov pred nakupom preverite poreklo oz. kupujete le izdelke z znanim poreklom?



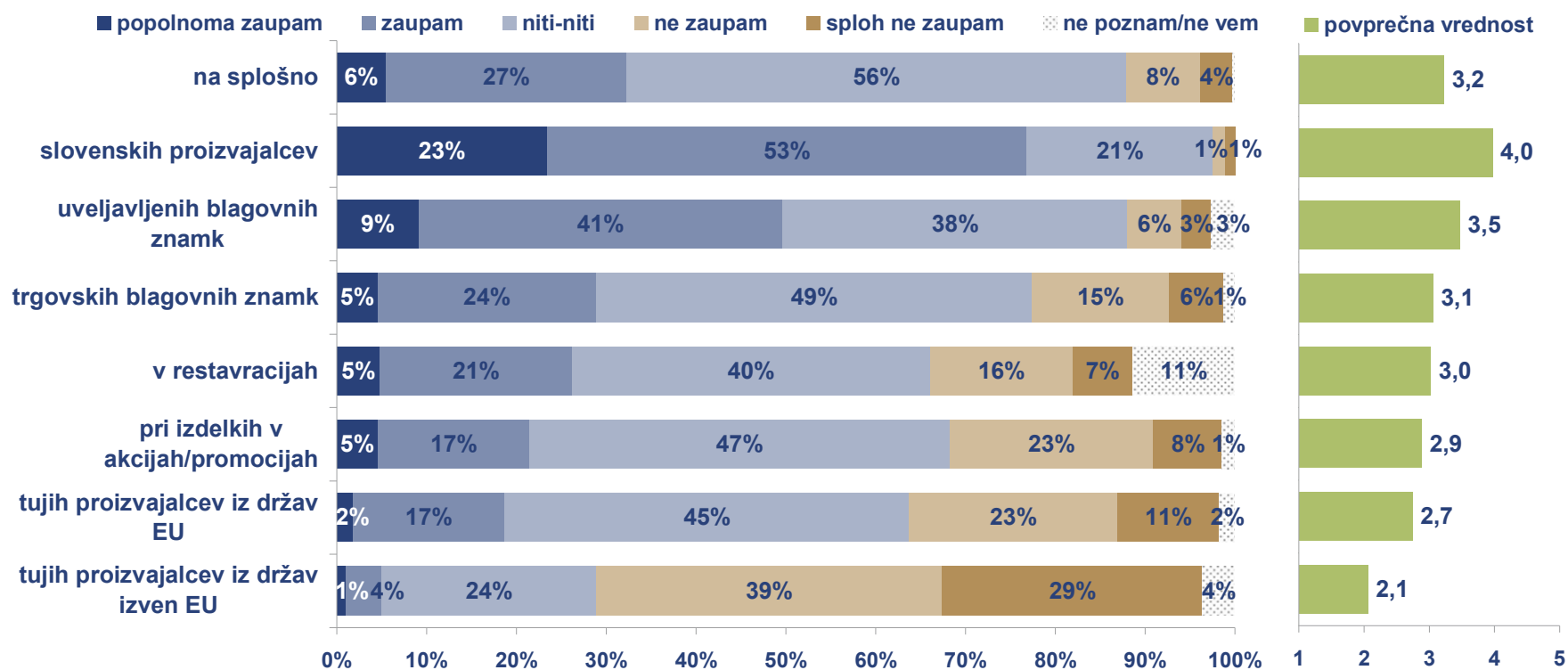
# Kakovost hrane na splošno

**NOVOST:** *Kako bi danes na splošno ocenili kakovost hrane, ki jo kupujete v trgovinah, glede na stanje pred letom dni?*



# Zaupanje v kakovost kupljene hrane

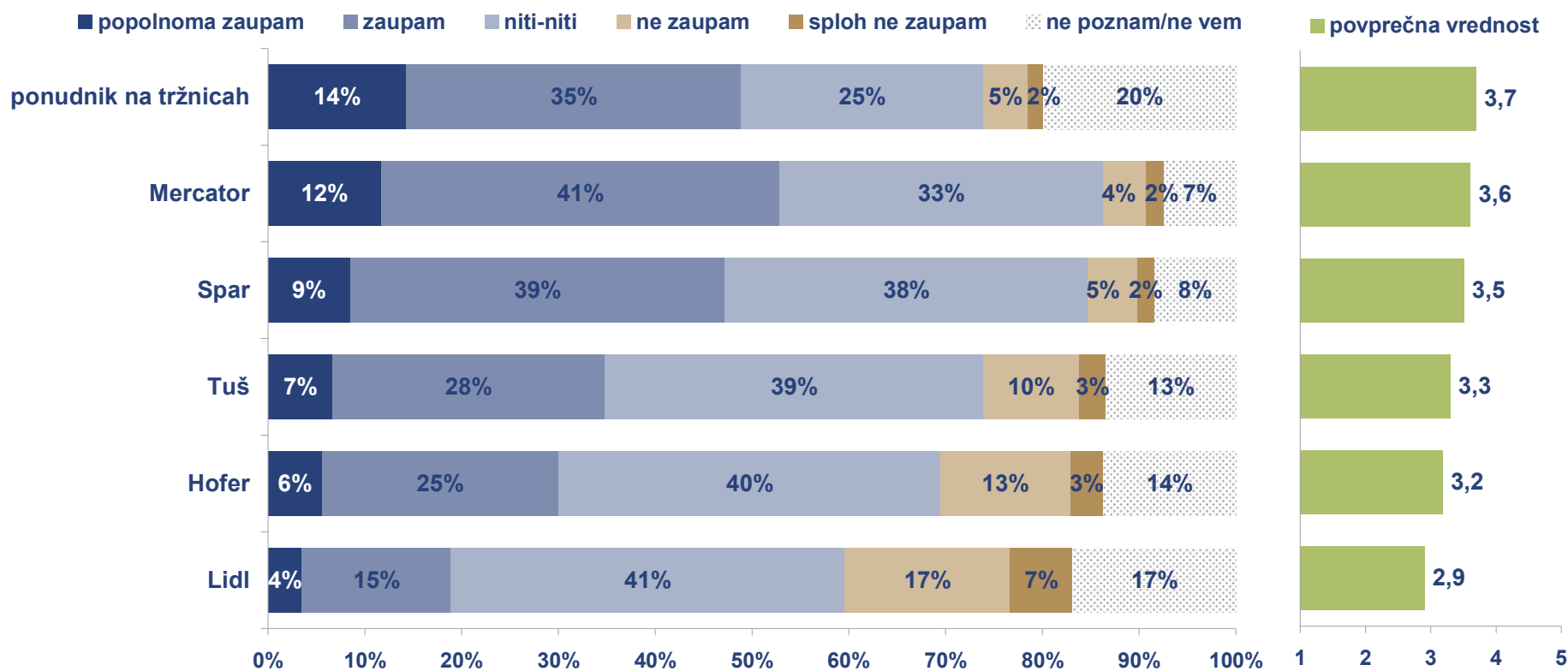
NOVOST: V kolikšni meri zaupate kakovosti kupljene hrane...



1 pomeni "sploh ne zaupam"  
5 pomeni "popolnoma zaupam"

# Zaupanje v kakovost hrane glede na mesto nakupa

NOVOST: V kolikšni meri zaupate kakovosti hrane, ki jo prodaja...



1 pomeni "sploh ne zaupam"  
5 pomeni "popolnoma zaupam"

# Zaključki

---

- Standardni indikatorji – ni bistvenih sprememb:
  - vzpostavljeno je novo ravnotežje - majhne spremembe pri indikatorjih (ali sploh ne), napovedi in občutenja so se realizirala;
  - premišljena/preudarna poraba in odpovedovanje;
  - recesijski segmenti niso več recesijski.
- Pomen porekla izdelkov se povečuje.
- Zaupanje v kakovost kupljene hrane:
  - več kot polovica potrošnikov meni, da je kakovost kupljene hrane enaka ali boljša kot pred letom dni;
  - izraženo visoko zaupanje v kupljeno hrano slovenskih proizvajalcev.