

Trženjski monitor DMS

jesen 2012

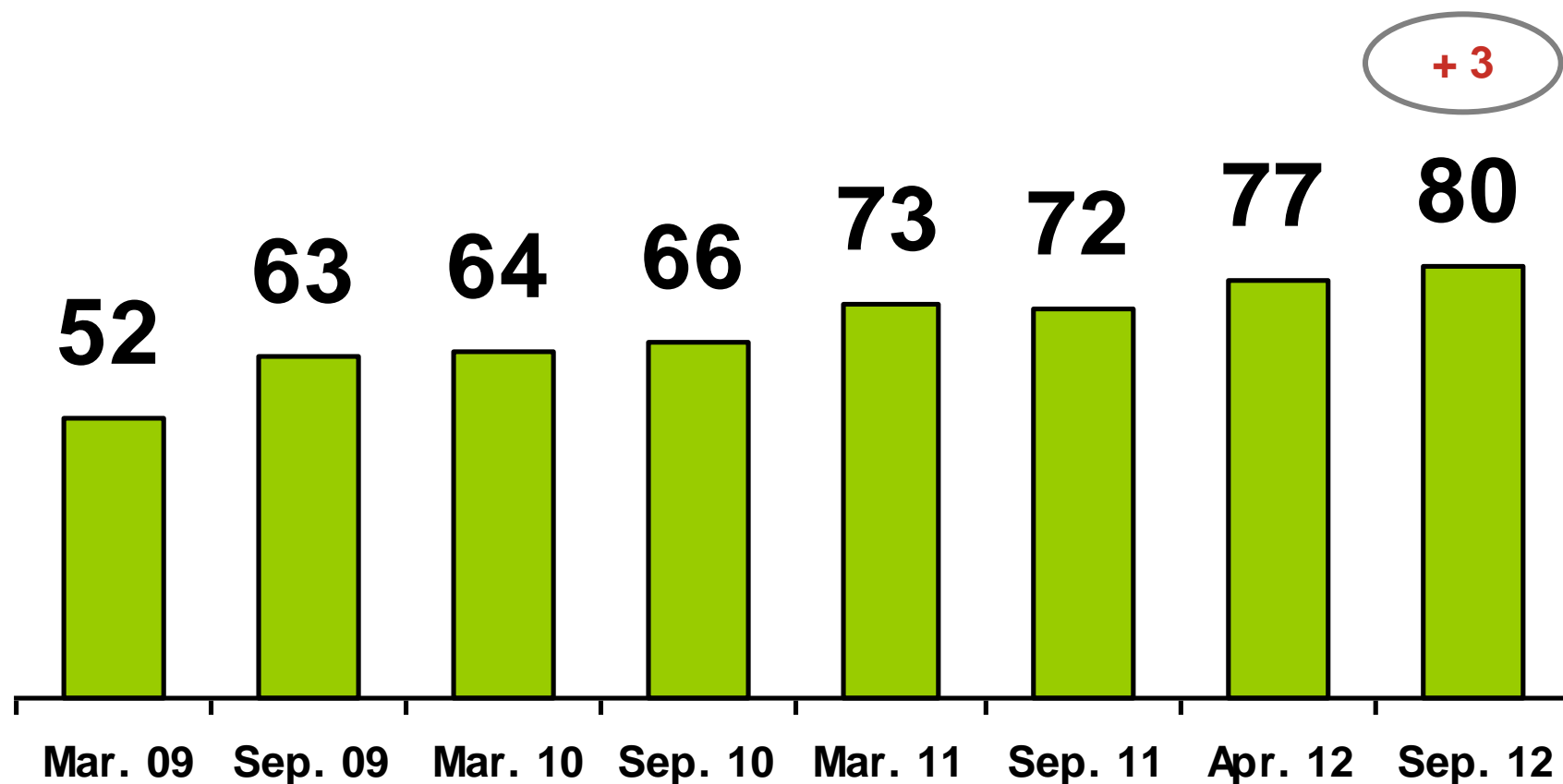
**Spremljanje ravnanja potrošnikov v trenutnih
gospodarskih razmerah**

Podatki o raziskavi

Trženjski monitor DMS: 2009 - 2012

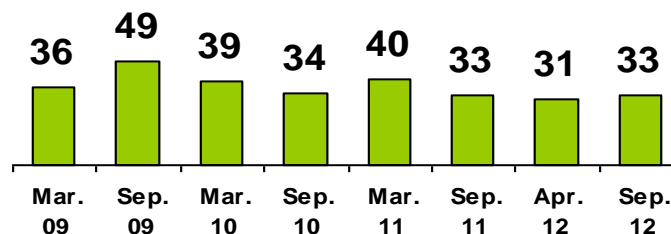
- Metoda zbiranja podatkov: CATI telefonska anketa
- Opis vzorca: nacionalno reprezentativen vzorec, 18-65 let
- Velikost vzorca: n=1000 (osmi val)
- Obdobje zbiranja podatkov:
 - Prvi val / pomlad 2009: 16.3. – 30.3.
 - Drugi val / jesen 2009: 23.9. – 30.9.
 - Tretji val / pomlad 2010: 16.3. – 6.4.
 - 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.
- Izvajalec raziskave Trženjski monitor DMS je Valicon.

Osebno občutenje vpliva recesije na vsakdanje življenje (%)



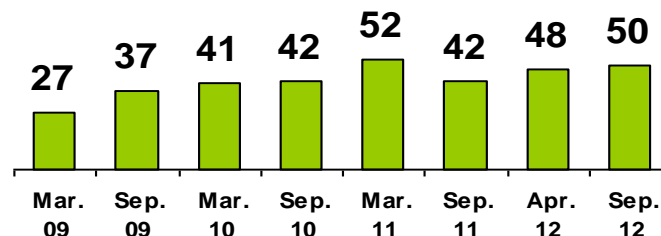
Področje občutenja recesije - kupna moč

Nižja plača, upad dohodkov



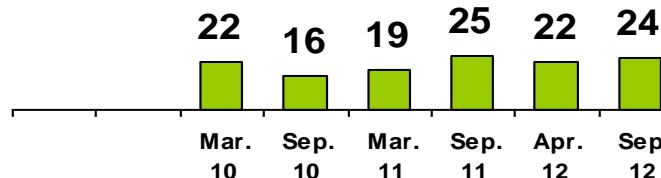
+ 2

Višje cene, manjša kupna moč/
obseg potrošnje



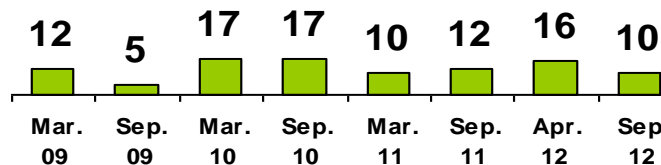
+ 2

Manj si lahko privoščimo



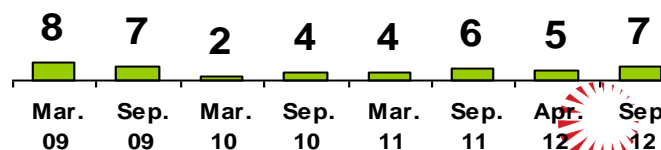
+ 2

Višji življenjski stroški



- 6

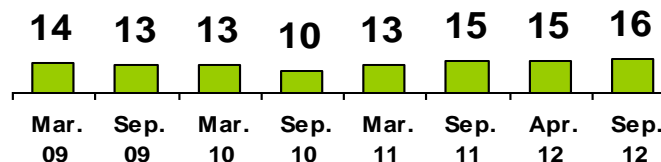
Intenzivnejše varčevanje



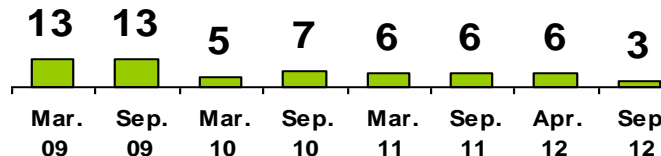
+ 2

Področje občutenja recesije – delovno mesto

Izguba delovnega mesta

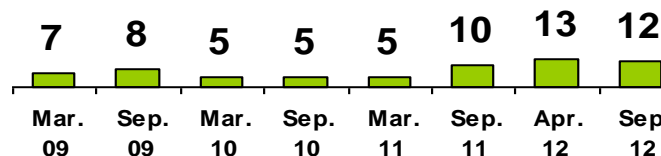


Spremenjen delovnik, obseg dela, napetosti v službi



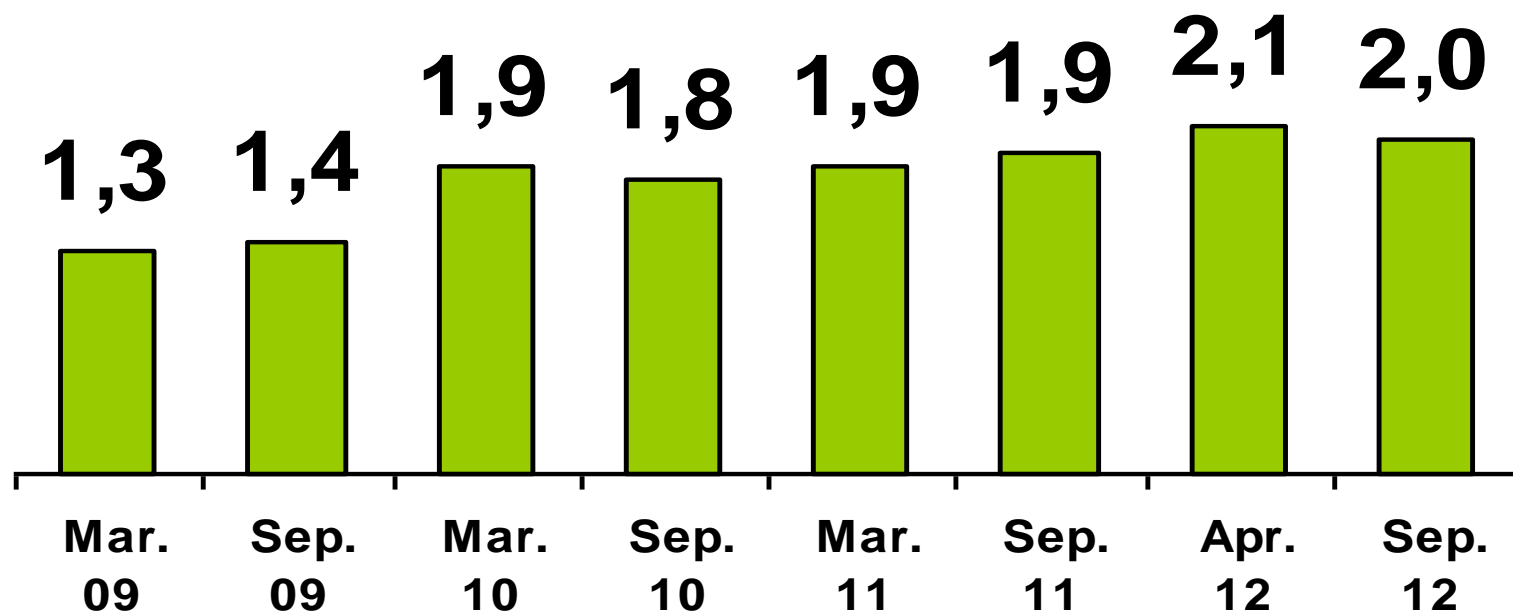
- 3

Psihološki pritisk (preko medijev, v družbi)



Potrošniki naštevajo približno enako število občutenj vpliva recesije na njihova življenja

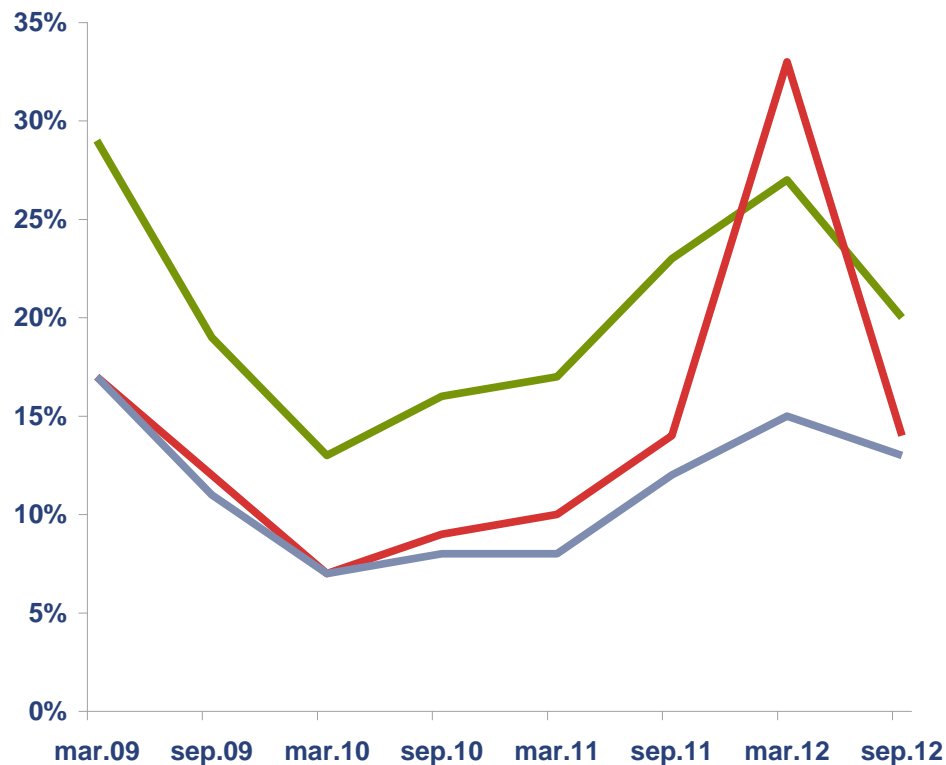
Povprečno število odgovorov na vprašane (vsi, ki so zatrdili, da čutijo vpliv recesije), pri vprašanju “Kako občutite vpliv recesije na vaše življenje?”



Ključni kazalniki

| | Mar. 09 | Sep. 09 | Mar. 10 | Sep. 10 | Mar. 11 | Sep. 11 | Apr. 12 | Sep. 12 | 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 % 25 % | 3 % 26 % | |
| 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 % | 15 % 33 % | 32 % 14 % | + 17 - 19 |
| 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 % | 42 % 27 % | 47 % 20 % | + 5 - 7 |
| 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 % | 59 % 15 % | 62 % 13 % | + 3 - 2 |

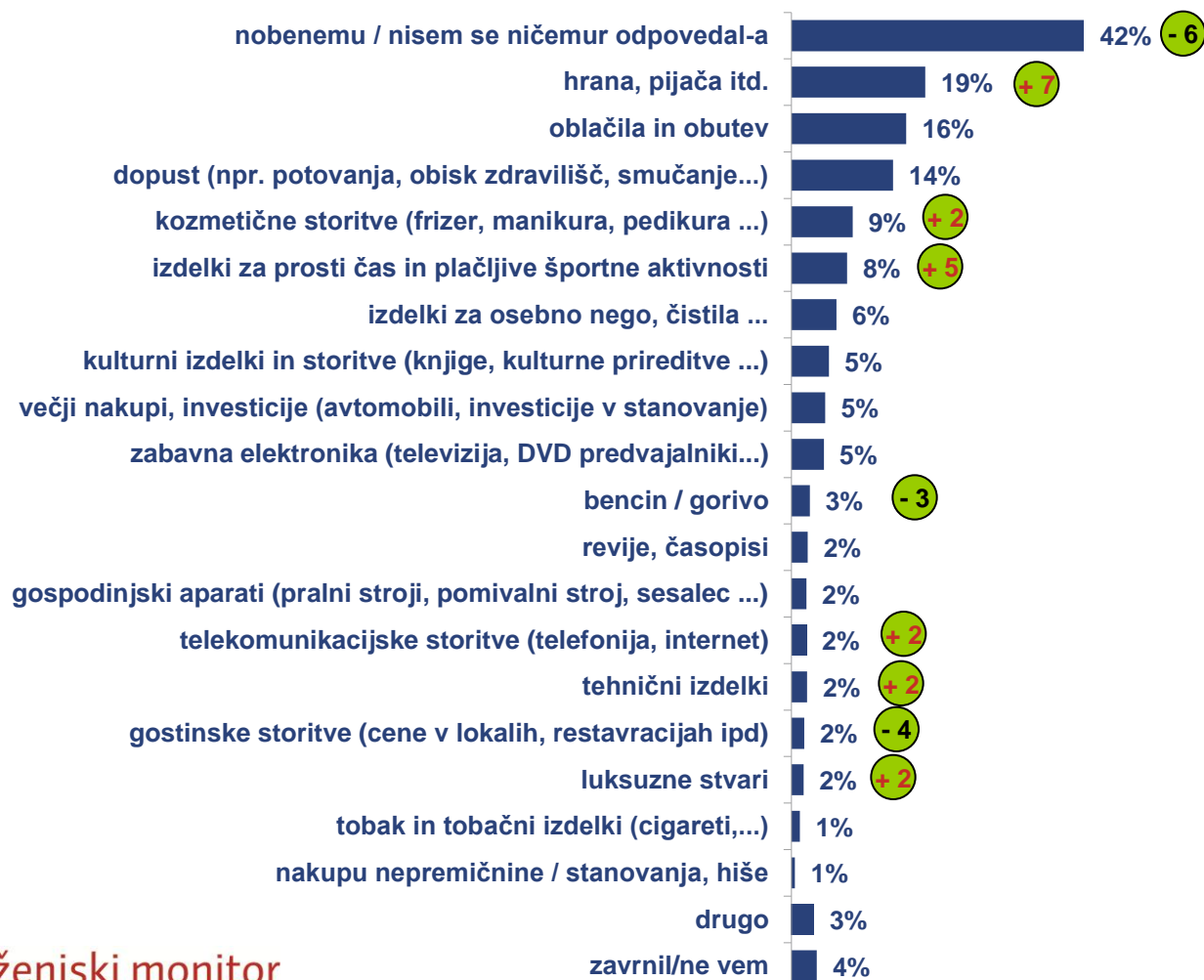
Pričakovanja so se uresničila



- Pričakujem, da se bo moje finančno stanje poslabšalo.**
- Pričakujem, da se mi bo plača v kratkem znižala.**
- Mislím, da bom v prihodnjih mesecih trošil manj.**

Znižanje obsega potrošnje po skupinah

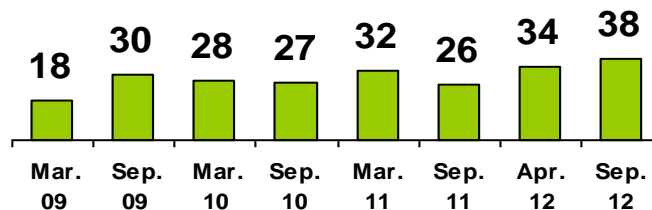
Katerim izdelkom/storitvam ste se odpovedali v zadnjem letu, zaradi recesije? (spontane navedbe)



Recesijski segmenti

PRIZADETI

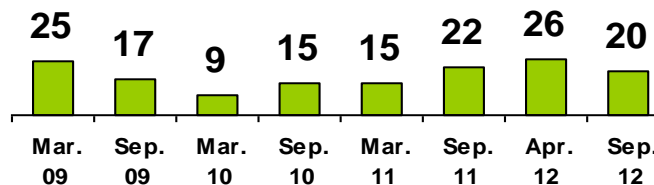
Finančno stanje je slabše, obseg potrošnje je znižan.



+ 4

V PRIČAKOVANJU

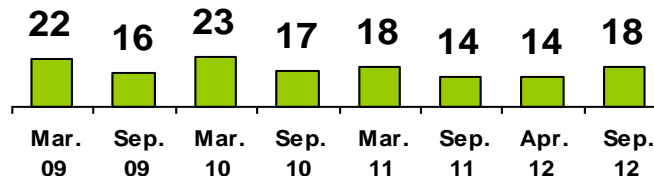
Pričakujejo poslabšanje finančnega stanja, so že ali pa pričakujejo, da bodo znižali obseg potrošnje.



- 6

V PRIPRAVLJENOSTI

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

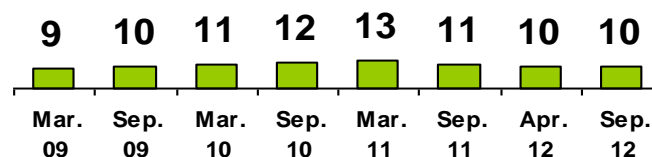


+ 4

Recesijski segmenti

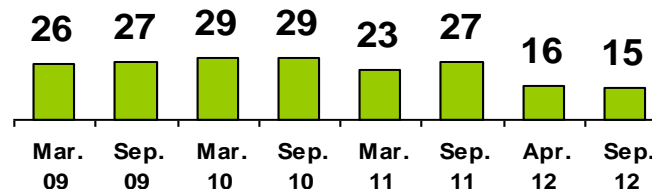
PRESKRBLJENI

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



NEDOTAKNJENI

Finančno stanje in obseg potrošnje sta nespremenjena.



Kdo sestavlja posamezen segment

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.

Več kot 70 % je starejših od 40 let, natanko polovica je starejših od 50 let. Skoraj 60% je takšnih z nizkimi oz. podpovprečnimi dohodki.

Tudi tu je več kot 70% starejših od 40 let, več kot 40 % je starejših od 50 let. Značilno več je predstavnikov srednjega dohodkovnega razreda. Med regijami izstopajo Savinjska, Goriška in Prekmurje.

V PRIPRAVLJENOSTI

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

Skoraj 60% je mlajših od 40 let. Dohodkovno izstopa najnižji razred, ki predstavlja eno petino. Med regijami izstopa Vzhodno Štajerska.

PRESKRBLJENI

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

Tokrat ni večjih odstopanj, nekoliko več jih je iz Obalne regije.

NEDOTAKNJENI

Finančno stanje in obseg potrošnje sta nespremenjena.

70% tega segmenta predstavljajo moški, prav tako 70% je mlajših od 40 let. Značilno več jih prihaja iz višjega dohodkovnega razreda. Med regijami izstopata Osrednja Slovenija in Gorenjska.

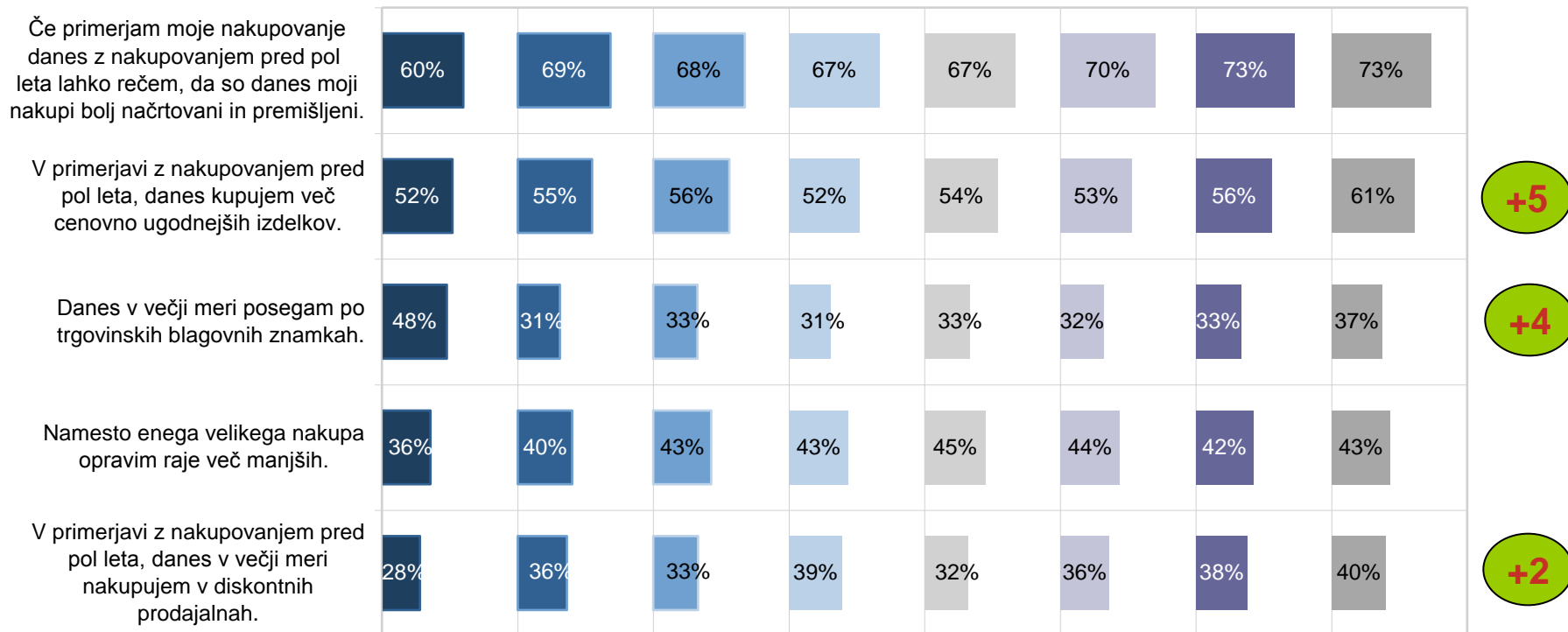
Ključni kazalniki glede na zaposlitveni status

| | Javni sektor | Zasebni sektor | Nezaposleni | Upokojenci | Šolajoči |
|----------------------------------|---------------------|------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| „Da, občutim gospodarsko krizo.“ | 83% (+ 9) | 77% (- 4) | 86% | 90% (+ 6) | 53% (+ 21) |
| „Finančno stanje je slabše.“ | 51% (+ 20) | 37% (- 2) | 47% (- 9) | 66% (+ 8) | 20% (- 2) |
| „Trošim manj.“ | 71% (+ 18) | 51% (- 11) | 64% (- 3) | 72% (+ 4) | 49% (+ 16) |
| „V največji meri se odrekamo...“ | Dopust 15% (+ 2) | Olačila, obutev 16% | Hrana, pijača 26% (+ 7) | Hrana, pijača 31% (+ 9) | Hrana, pijača 18% (+ 14) |
| “prizadeti” | 41% (+ 14) | 30% | 36% (- 10) | 53% (+ 5) | 16% (+ 2) |
| “nedotaknjeni” | 9% (+ 2) | 22% (+ 3) | 14% (+ 3) | 6% (- 2) | 24% (- 19) |

Trend racionalizacije potrošnje ne jenja

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

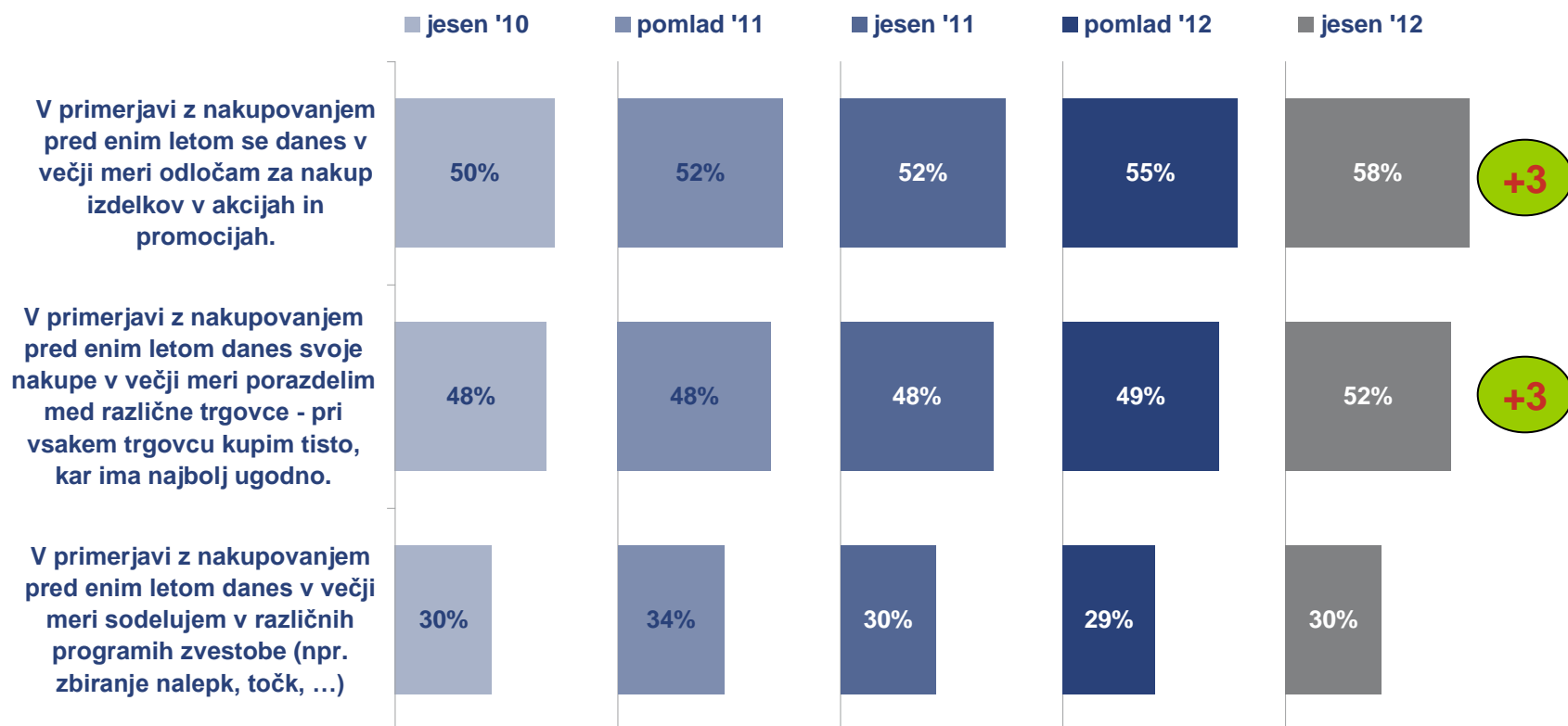
■ pomlad '09, n=1002 ■ jesen '09, n=1004 ■ pomlad '10, n=1042 ■ jesen '10, n=1021 ■ pomlad '11, n=1016 ■ jesen '11, n=1002 ■ pomlad '12, n=1000 ■ jesen '12, n=1022



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

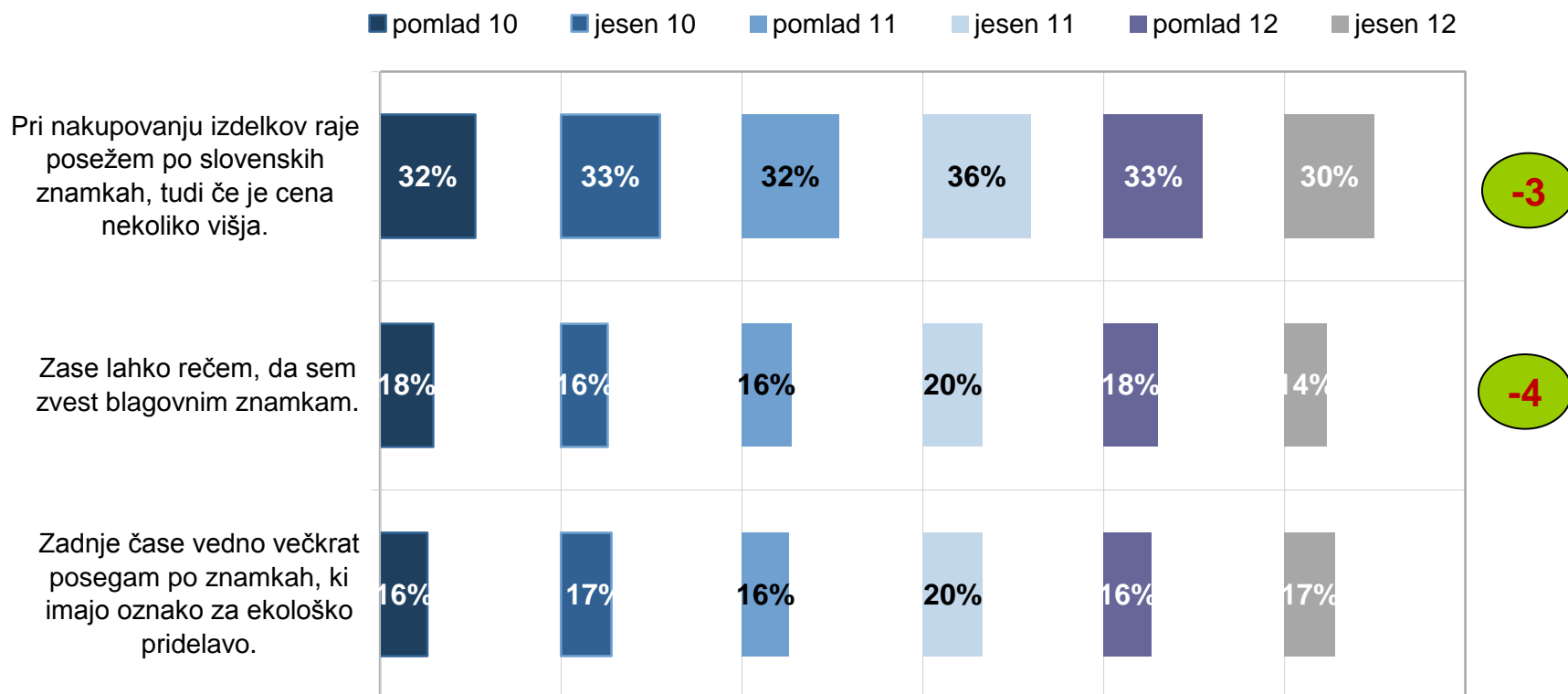
Trend racionalizacije potrošnje ne jenja

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



Zvestoba znamkam še naprej upada

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



Pomen porekla izdelkov

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



Kaj pomeni slovensko poreklo?

NOVOST: Kaj vi razumete pod pojmom »slovensko poreklo«?



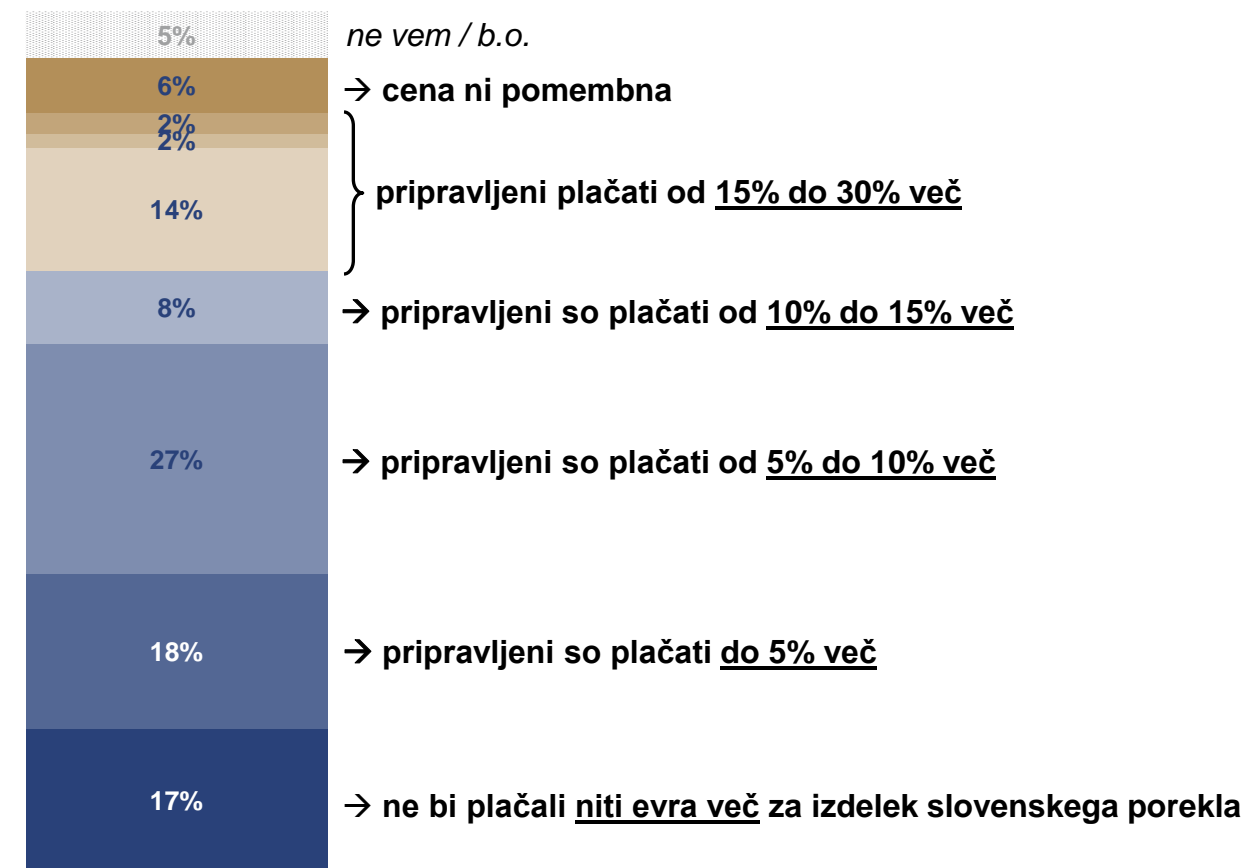
Razlogi, zakaj kupujem slovenske znamke

NOVOST: Vprašanje za tiste, ki se strinjajo s trditvijo "Pri kupovanju izdelkov raje posežem po slovenskih znamkah, tudi če je cena nekoliko višja.". Nam lahko opišete, zakaj?



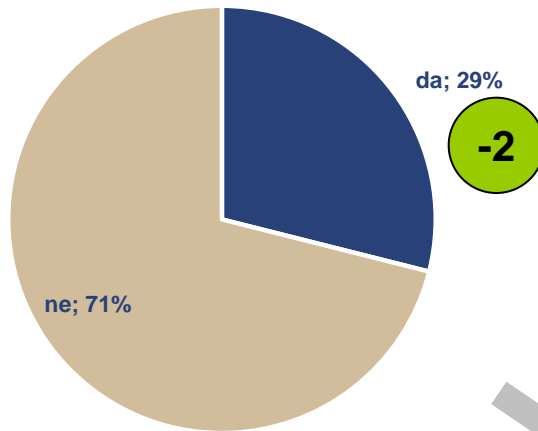
... a ne za vsako ceno.

NOVOST: *Koliko več ste pripravljeni plačati za izdelek slovenskega porekla?*

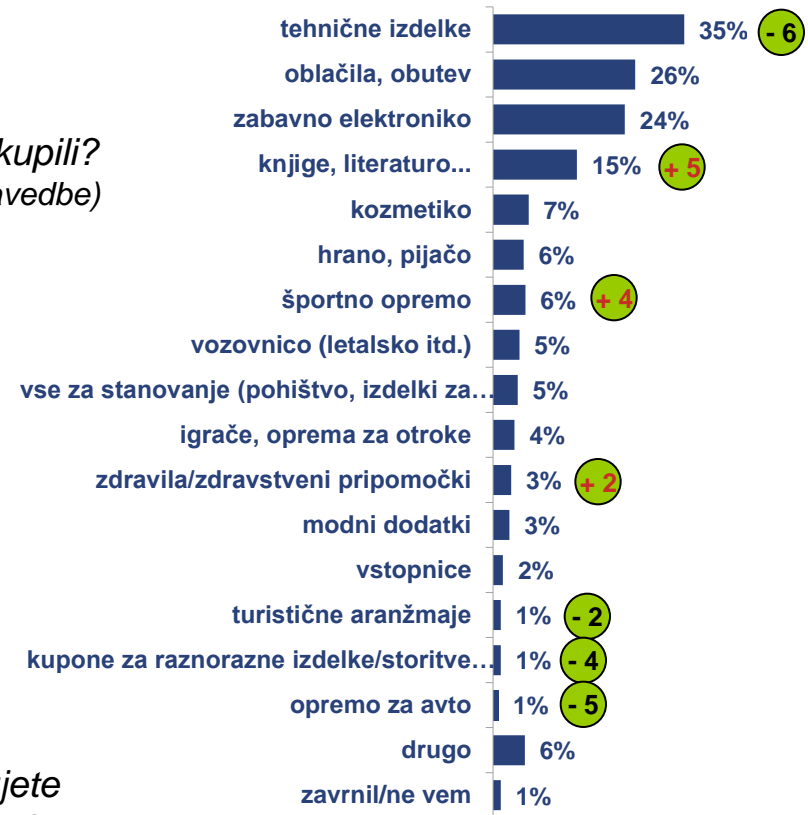


Nakupovanje na spletu

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



Kaj pa ste kupili?
(spontane navedbe)

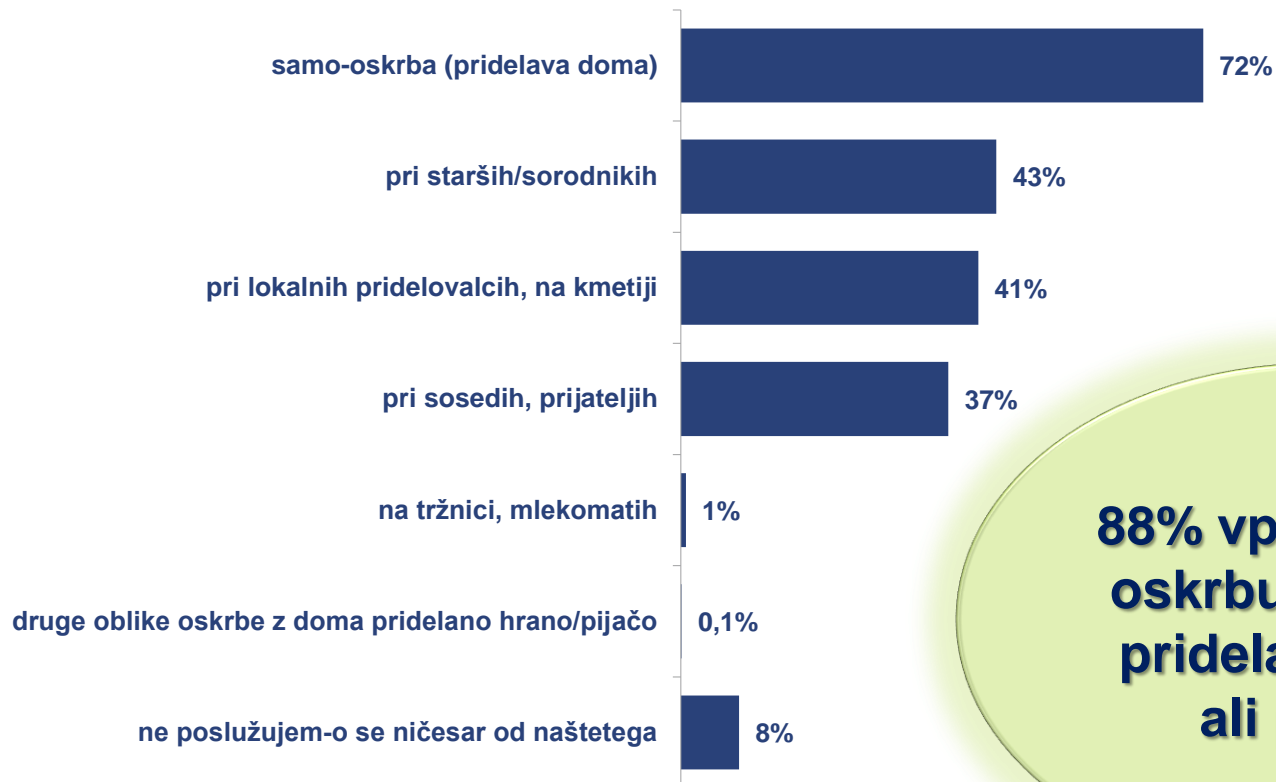


Zakaj kupujete preko spleta?



Samooskrba – tradicija ali nov trend?

Oskrba z doma pridelano hrano: *Prosim povejte, če se v vašem gospodinjstvu poslužujete katere izmed naslednjih oblik oskrbe:*



88% vprašanih se oskrbuje z doma pridelano hrano ali pijačo.

Samooskrba po izdelčnih skupinah

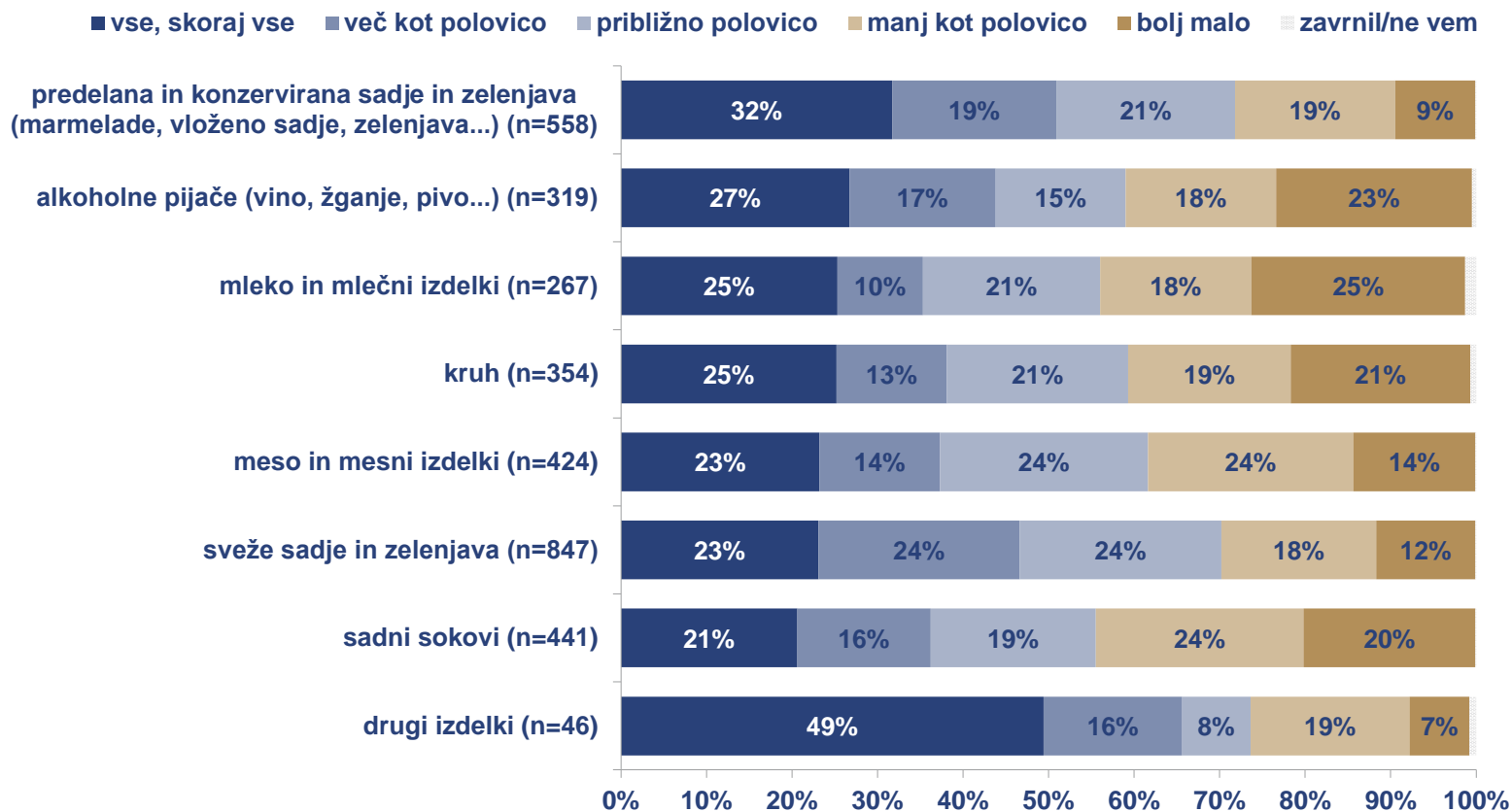
NOVOST: Vsi, ki hrano pridelujejo sami ali jo pridobijo (88%): Katere vrste hrane ali pijače pa pridelate ali dobite na ta način?



**Izstopata
Dolenjska in
Vzhodna
Štajerska.**

Samooskrba ne pomeni tudi samozadostnosti

NOVOST: Vsi, ki hrano pridelujejo sami ali jo pridobijo (88%): Kolikšen delež, glede na celotno porabo v vašem gospodinjstvu, pa pridelate oz. dobite na ta način?



Suša in naša prihodnost...

NOVOST: Vsi, ki hrano pridelujejo sami ali jo pridobijo (88%): Obseg samooskrbe v letošnjem letu glede na lansko leto ter obseg samooskrbe v prihodnjem letu glede na letošnje leto:

