

Trženjski monitor DMS

pomlad 2012

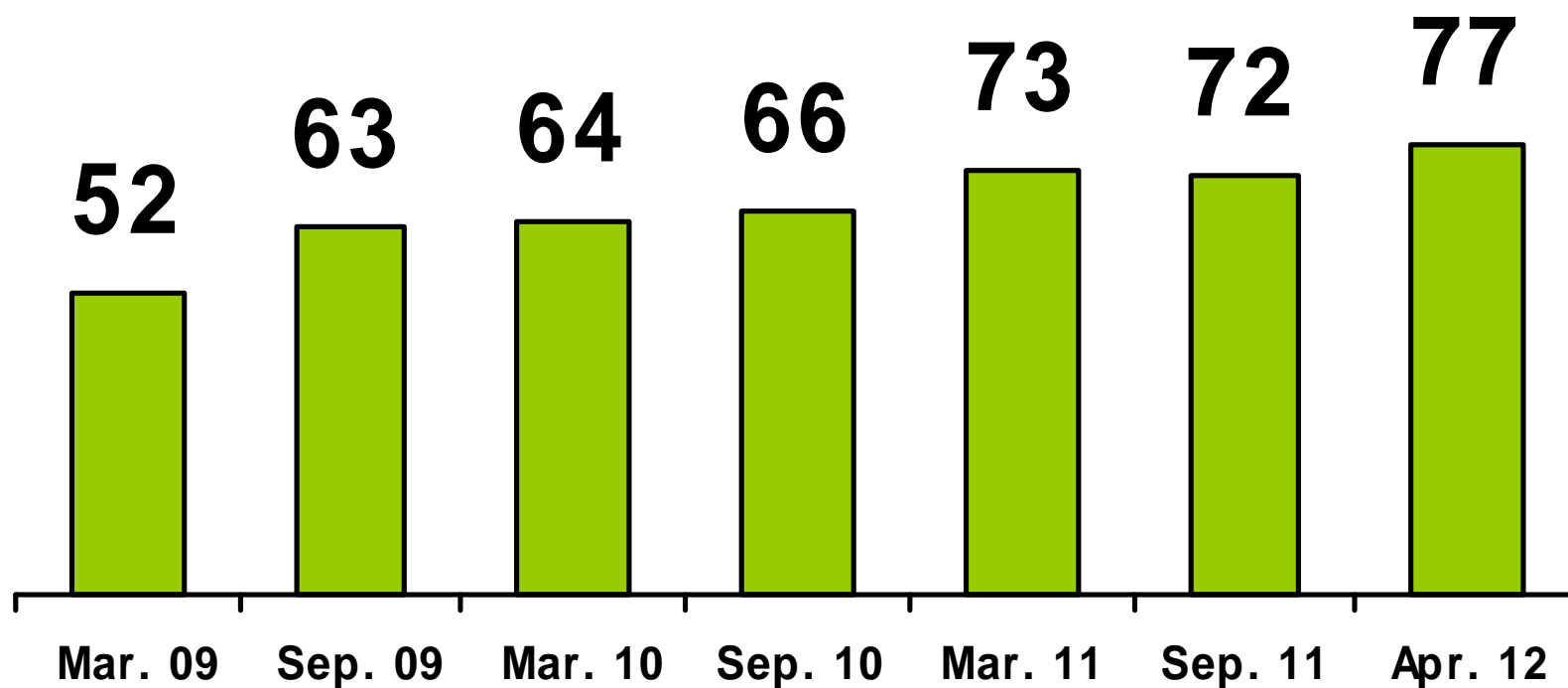
**Spremljanje ravnanja potrošnikov v trenutnih
gospodarskih razmerah**

Podatki o raziskavi

Trženjski monitor DMS: 2009 - 2012

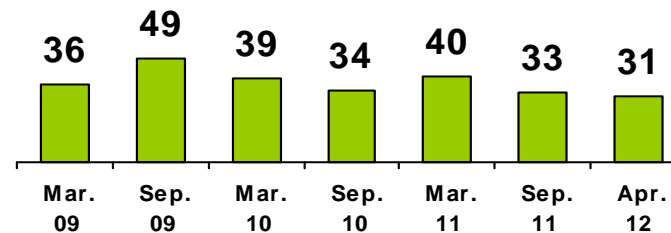
- Metoda zbiranja podatkov: CATI telefonska anketa
- Opis vzorca: nacionalno reprezentativen vzorec, 18-65 let
- Velikost vzorca: n=1000 (sedmi val)
- Obdobje zbiranja podatkov:
 - Prvi val / pomlad 2009: 16.3. – 30.3.
 - Drugi val / jesen 2009: 23.9. – 30.9.
 - Tretji val / pomlad 2010: 16.3. – 6.4.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

Osebno občutenje vpliva recesije na vsakdanje življenje (%)



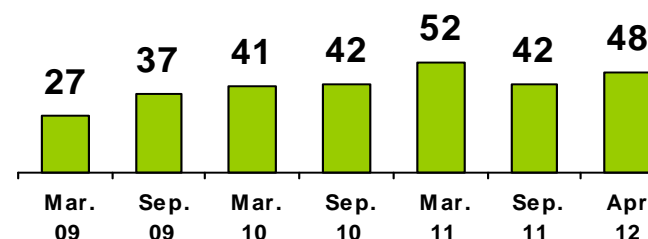
Področje občutenja recesije - kupna moč

Nižja plača, upad dohodkov



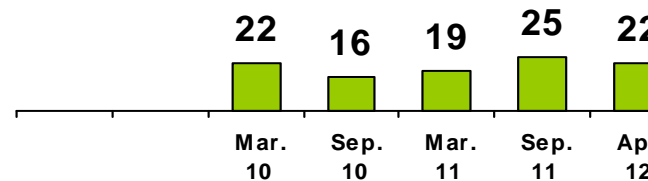
- 2

Višje cene, manjša kupna moč/
obseg potrošnje



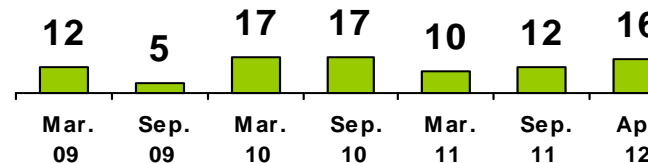
+ 6

Manj si lahko privoščimo



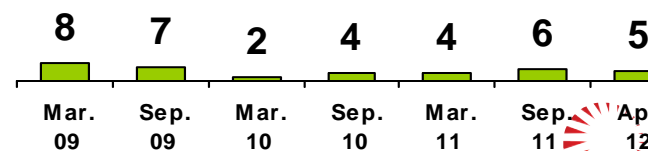
- 3

Višji življenjski stroški



+ 4

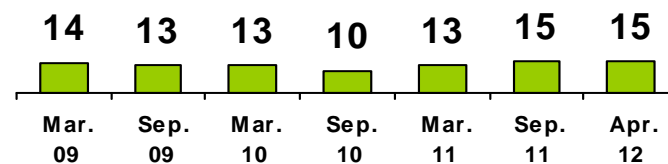
Intenzivnejše varčevanje



- 1

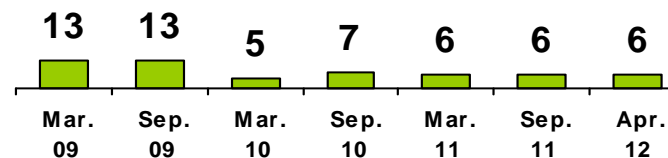
Področje občutenja recesije – delovno mesto

Izguba delovnega mesta



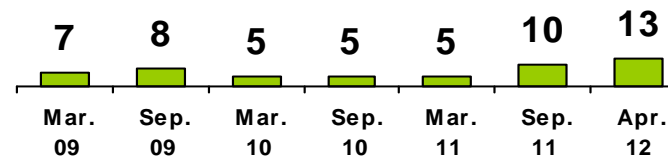
n.s.

Spremenjen delovnik, obseg dela, napetosti v službi



n.s.

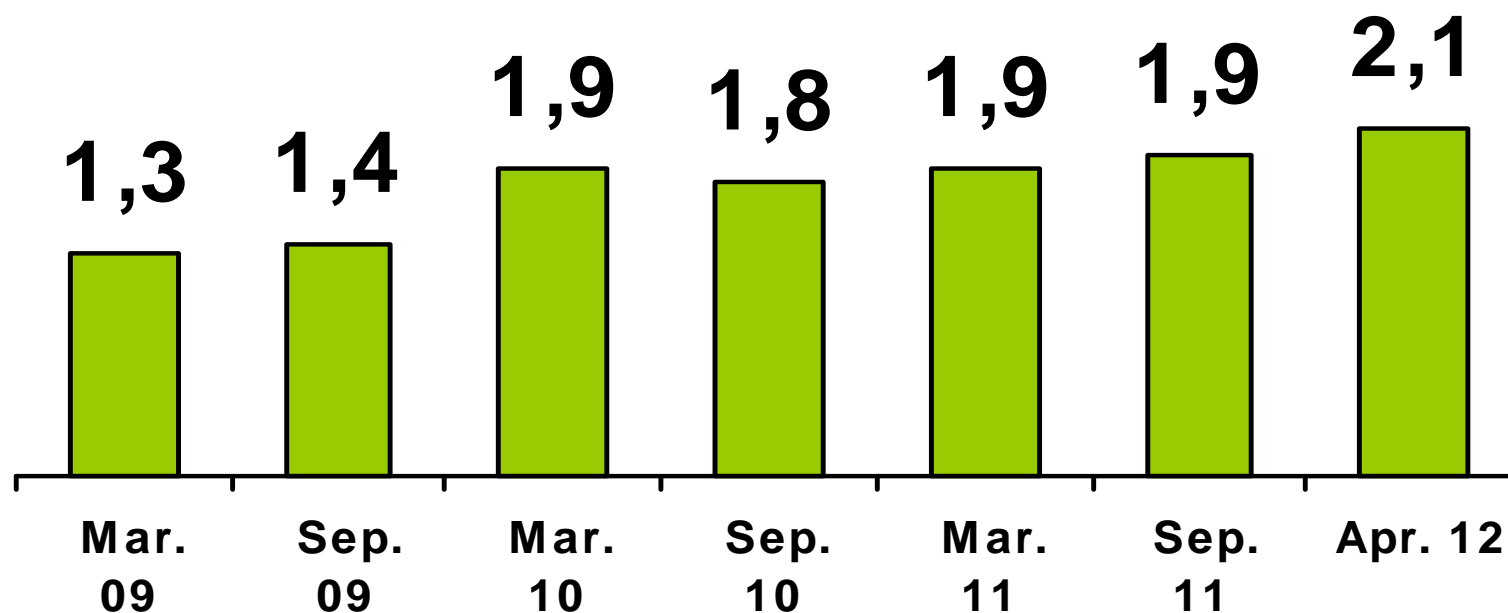
Psihološki pritisk (preko medijev, v družbi)



+ 3

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?"



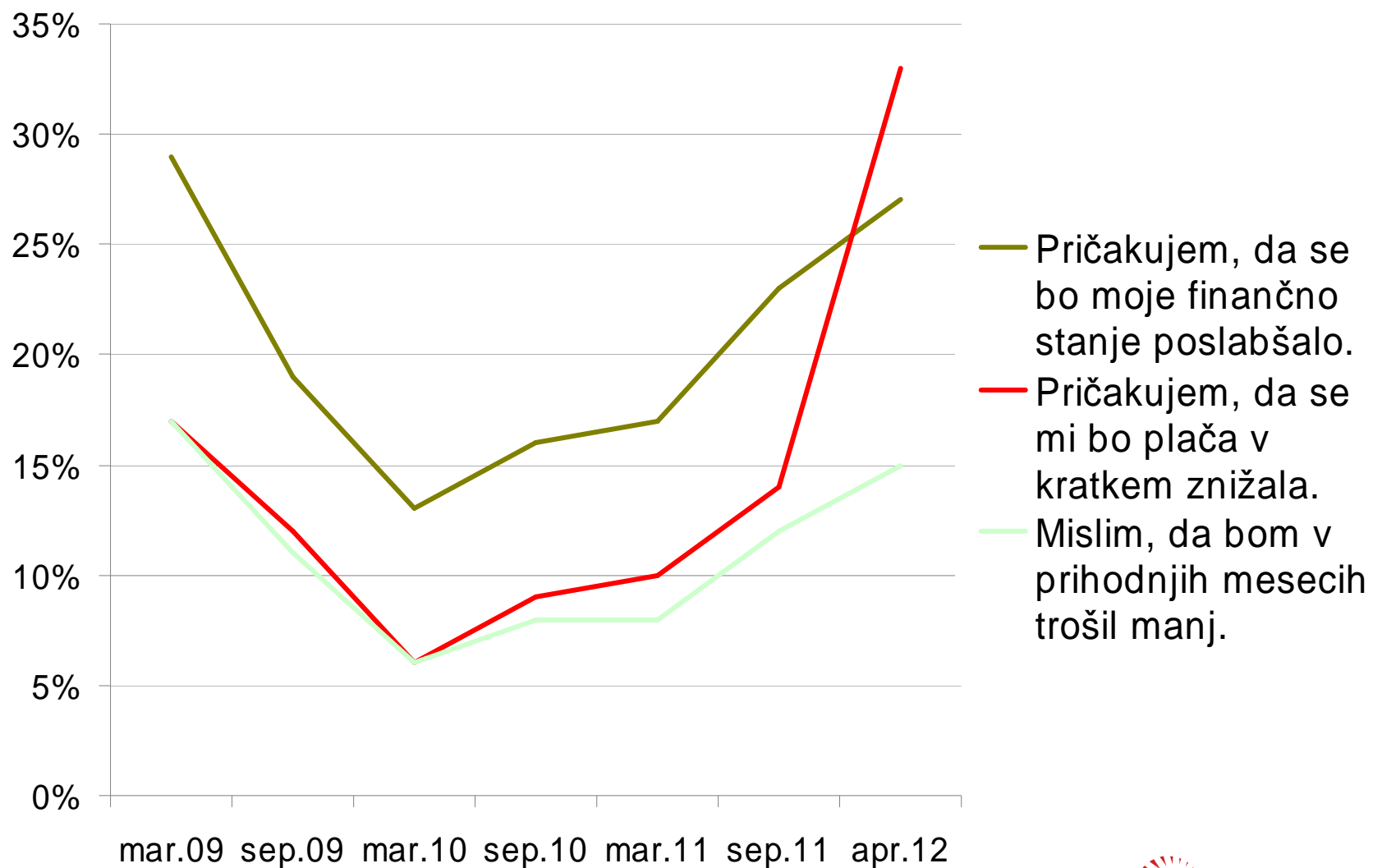
Ključni kazalniki

	Mar. 09	Sep. 09	Mar. 10	Sep. 10	Mar. 11	Sep. 11	Apr. 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 %	+ 1 + 7
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 %	+ 3 + 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 %	+ 7 + 4
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 %	+ 9 + 3

Ključni kazalniki glede na zaposlitev

		zaposleni	zaposleni v javnem sektorju	zaposleni v privatnem sektorju
PRIČAKOVANJA VEZANA NA <u>PLAČO</u>	Pričakujem, da se bo plača v bližnji prihodnosti znižala	Sep. 11: 14% Apr. 12: 33%	Sep. 11: 23% Apr. 12: 73%	Sep. 11: 9% Apr. 12: 14%
	Plača se mi je že znižala	Sep. 11: 12% Apr. 12: 15%	Sep. 11: 12% Apr. 12: 12%	Sep. 11: 12% Apr. 12: 17%
PRIČAKOVANJA VEZANA NA <u>DELOVNO MESTO</u>	Pričakujem, da bom v bližnji prihodnosti izgubil delovno mesto	Sep. 11: 18% Apr. 12: 25%	Sep. 11: 9% Apr. 12: 15%	Sep. 11: 22% Apr. 12: 29%

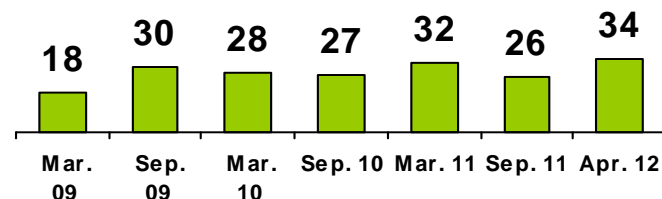
Pričakovanja



Recesijski segmenti

PRIZADETI

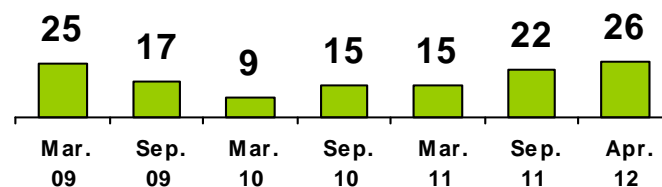
Finančno stanje je slabše, obseg potrošnje je znižan.



+ 8

V PRIČAKOVANJU

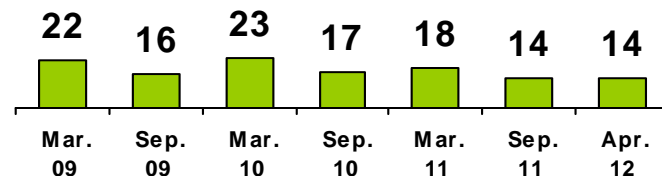
Pričakujejo poslabšanje finančnega stanja, so že ali pa pričakujejo, da bodo znižali obseg potrošnje.



+ 4

V PRIPRAVLJENOSTI

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

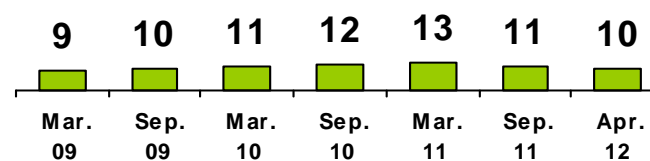


n.s.

Recesijski segmenti

PRESKRBLJENI

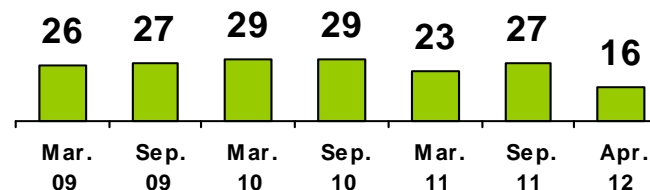
Pričakujejo poslabšanje finančnega stanja, a niso in ne nameravajo znižati obsega potrošnje.



- 1

NEDOTAKNJENI

Finančno stanje in obseg potrošnje sta nespremenjena.



- 11

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.

Nekoliko več je žensk. Skoraj 75% je starejših od 40 let, slaba polovica starejših od 50 let. Skoraj 55% je takšnih z nižjimi dohodki (do 730 EUR).

Nekoliko več je žensk. Dobri dve tretjini je starejših od 40 let, približno 40% je starejših od 50 let.

V PRIPRAVLJENOSTI

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

Dve tretjini je moških. Skoraj 60% je mlajših od 40 let, več kot 40% je starih med 26 in 40 let. Dobrih 40% ima povprečne dohodke.

PRESKRBLJENI

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

Izstopajo stari do 40 let (50%) ter Savinjska regija.

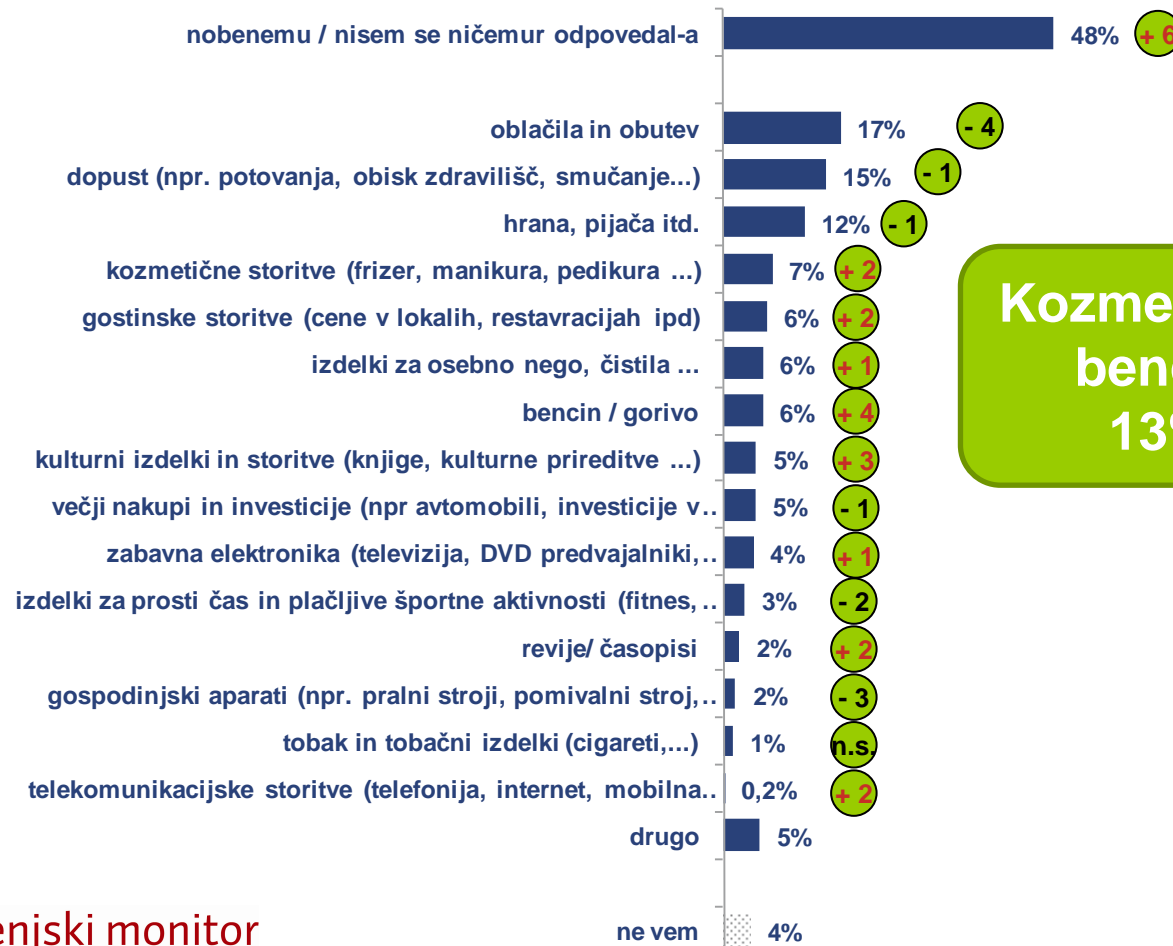
NEDOTAKNJENI

Finančno stanje in obseg potrošnje sta nespremenjena.

Več je moških (66%) ter starih do 40 let (61%). Prihajajo iz najnižjega in najvišjega dohodkovnega razreda. Regijsko izstopa vzhodno Štajerska.

Znižanje obsega potrošnje po skupinah

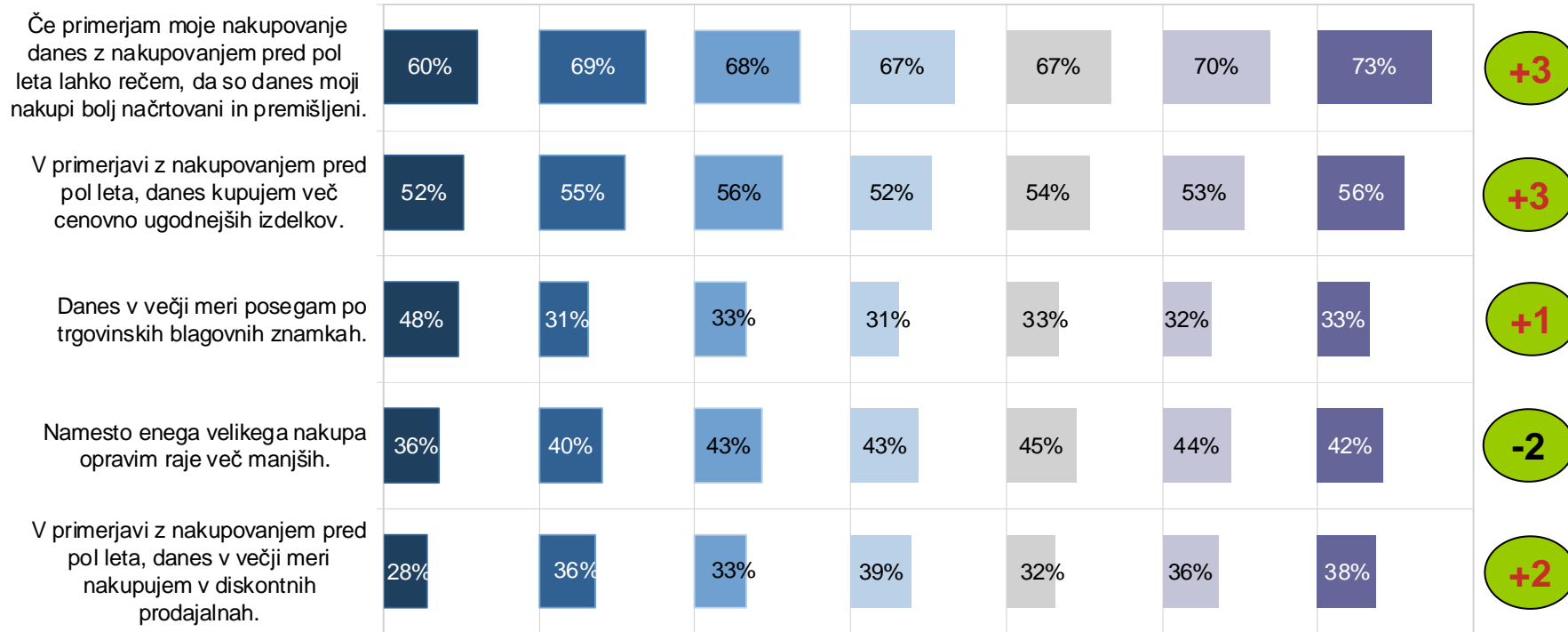
Katerim izdelkom/storitvam ste se odpovedali v zadnjem letu, zaradi recesije? (spontane navedbe)



**Kozmetika, gostinstvo,
bencin in kultura
13% -> 24% (!)**

Spremembe nakupnih navad

■ 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

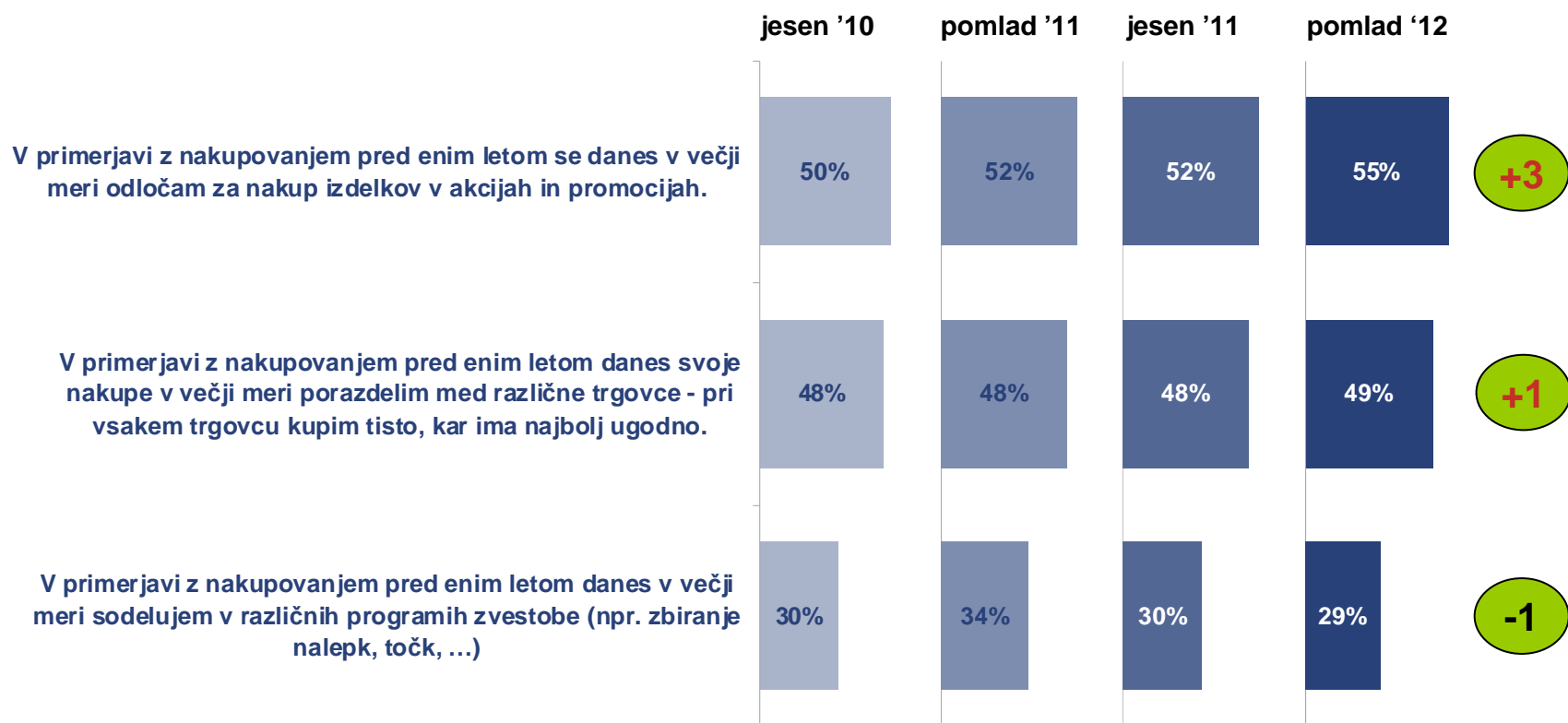


opomba: pri trditvah, kjer se omenja "pol leta", je bilo v zadnjih treh merjenjih uporabljeno "pred enim letom".

Spremembe nakupnih navad

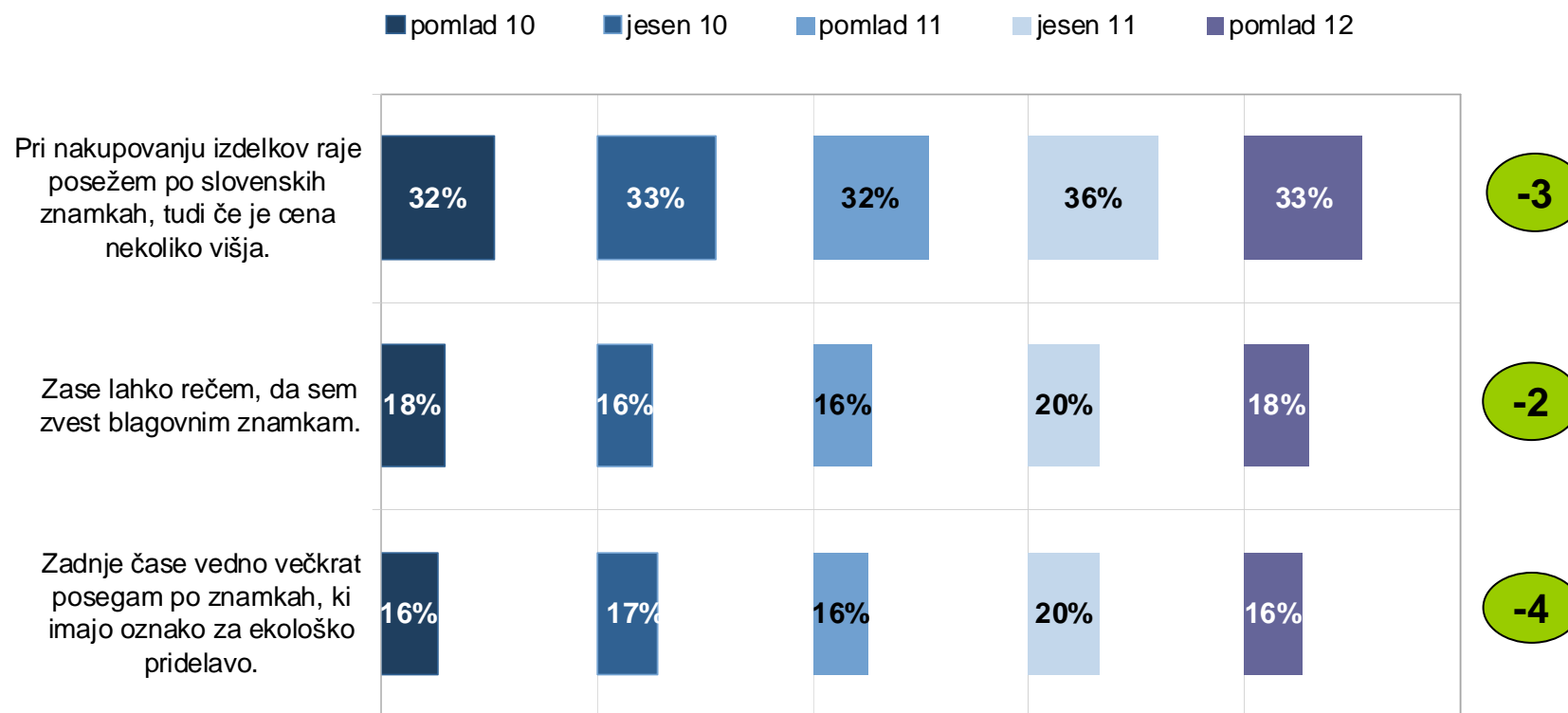
Vpogled v spremembo nakupnih navad

Odstotek vprašanih, ki se **(popolnoma) strinjajo** s trditvijo.



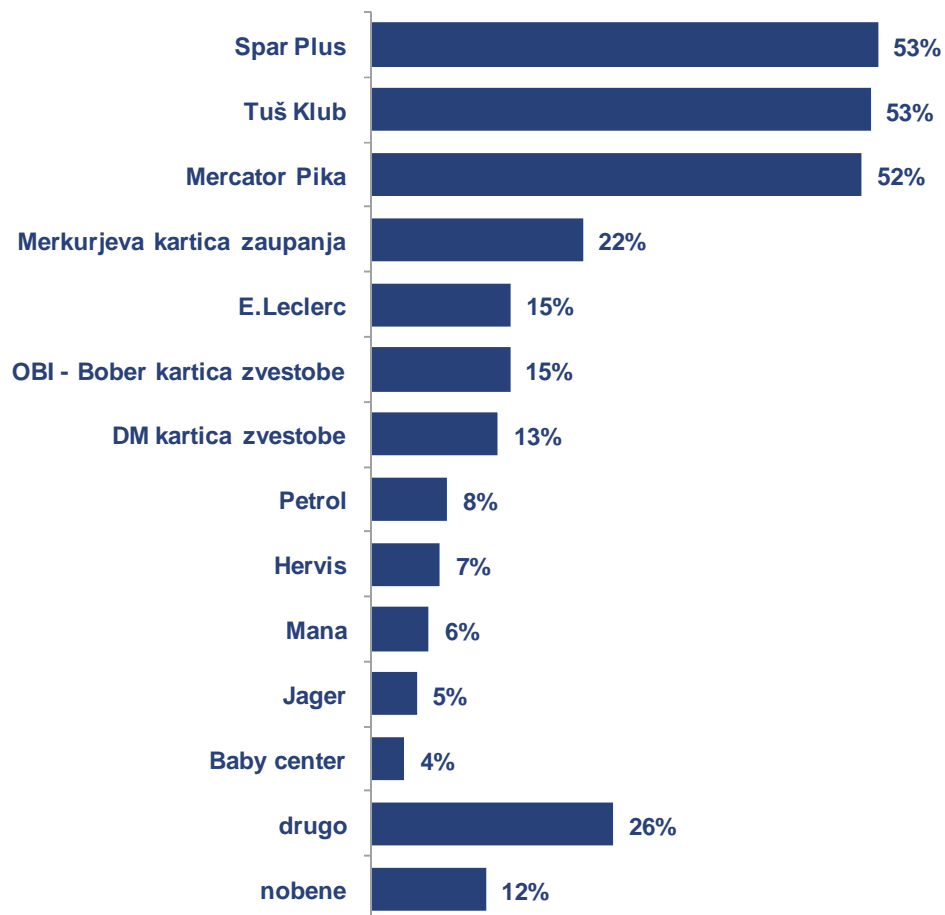
Odnos do znamk

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



Novost – programi zvestobe

POSEDOVANJE KARTIC ZVESTOBE: *Katere trgovske kartice zvestobe imate?*

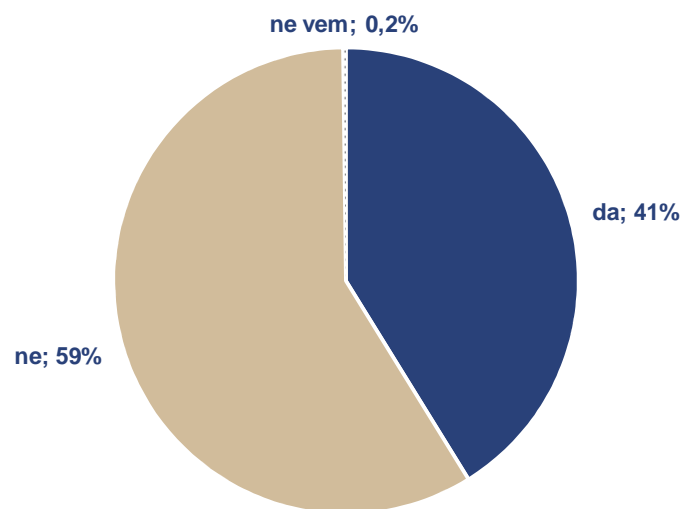


**52%
jih ima
tri
kartice
ali več.**

Novost – dnevi ugodnih nakupov, akcije

DNEVI UGODNIH NAKUPOV:

Ali izkoriščate dneve ugodnih nakupov (npr. za upokoјence, torkovi dnevi,.....)?



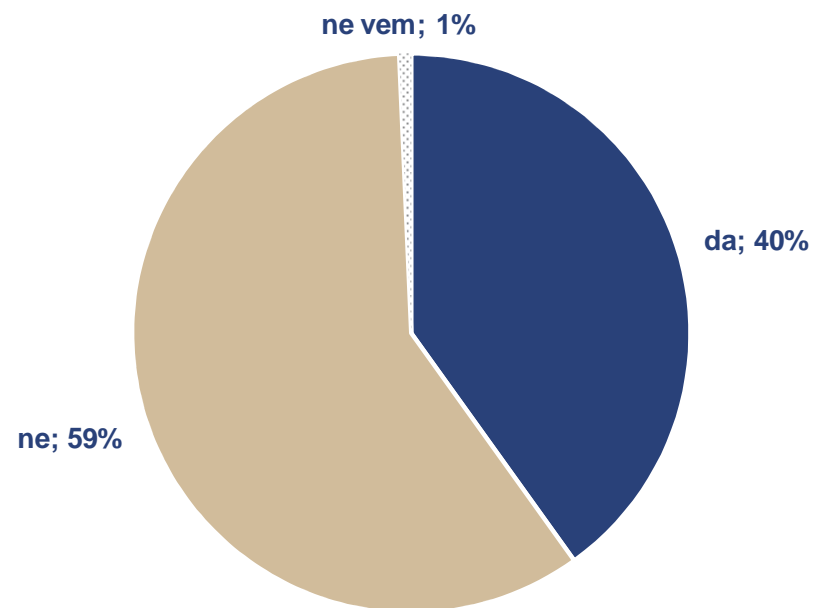
AKCIJE oz. VNOVIČEN OBISK TRGOVINE ZARADI POPUSTA:

Kolikokrat greste v trgovino samo za to, da izkoristite kupon oz. popust, ki ste ga dobili pri zadnjem nakupu?



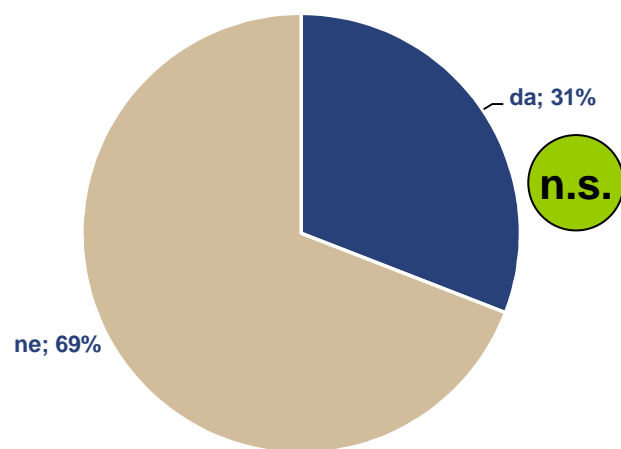
Novost – Spremljanje ponudbe na spletu in letakih

Ali danes v večji meri spremljate ponudbe trgovcev in ostalih prodajalcev na spletu in letakih kot ste to počeli pred dvema letoma?



Nakupovanje na spletu

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

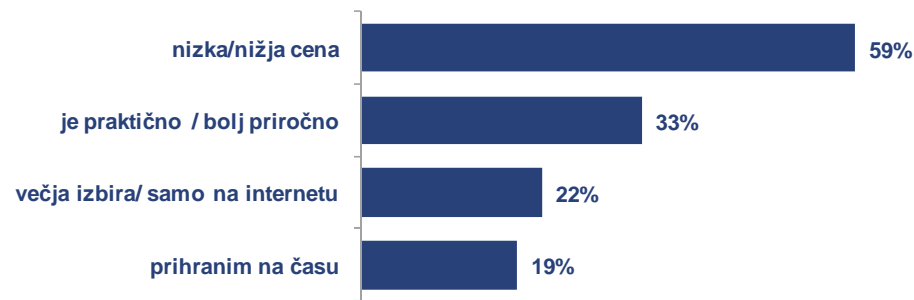


Kaj pa ste kupili?
(spontane navedbe)



Zakaj kupujete preko spleta?

NOVOST – vzroki nakupovanja na spletu



Novost – kombiniranje nakupa

Ali pri svojem nakupu kombinirate nakup v trgovini (pri prodajalcu) z nakupom oz. informiranjem prek spleta?



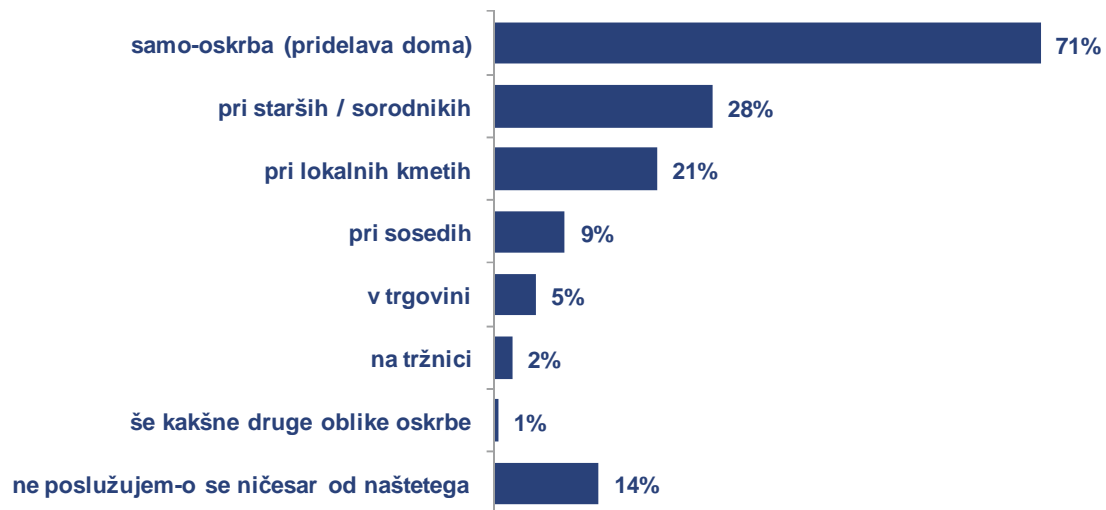
Novost – razlogi za ne-nakup prek spleta

Vsi, ki ne kupujejo preko spleta (69%): Zakaj se ne odločate za nakup prek spleta?

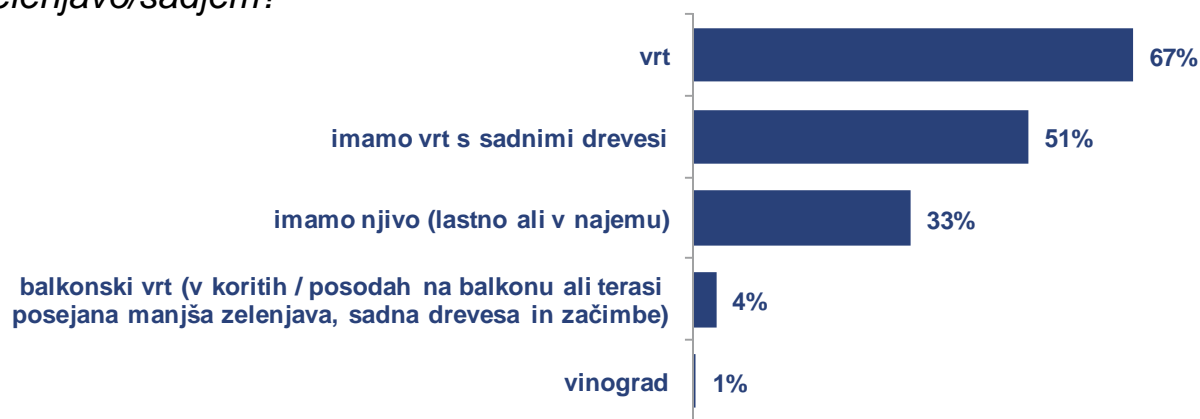


Novost – samooskrba s hrano

OBLIKE OSKRBE S SADJEM IN ZELENJAVO: *Katerih oblik oskrbe s sadjem in zelenjavo se poslužujete?*



VIR SAMOOSKRBE - vsi, ki se sami oskrbujejo s sadjem ali zelenjavo (71%): *Kako se sami oskrbujete z zelenjavo/sadjem?*



Novost – pridelava in predelava hrane

Ali se v vašem gospodinjstvu poslužujete naslednjih oblik pridelave oz. predelave hrane?

