

## SPOROČILO ZA MEDIJE

## PRVEGA DELA EPIDEMIJE JE KONEC, PRIHAJAJO POSLEDICE

*V tokratni analizi primerjamo nekatere ključne indikatorje odziva javnosti na širjenje in ukrepe za zajezitev širjenja in ublažitev posledic širjenja novega koronavirusa v dveh pomembnih časovnih točkah: zadnji vikend v marcu, torej nekaj dni pred zaostritvijo ukrepov vlade za zajezitev širjenja virusa, ter natanko en mesec kasneje, ko so se ti ukrepi pričeli obširneje sproščati. V obeh primerih vzorec zajema tri dni (27.-29. marec in 27.-29. april), velikost vzorca je podobna (n=745, n=761). Prvič podrobneje predstavljamo doživljanje gospodarskih posledic med prebivalci in ugotavljamo, da bo tudi za posledice epidemije značilna asimetričnost, ki spremlja epidemijo že od vsega začetka.*

## KLJUČNI INDIKATORJI KAŽEJO NA UMIRJANJE EPIDEMIJE TUDI Z VIDIKA ODZIVA JAVNOSTI

**Večina indikatorjev**, s katerimi spremljamo odziv javnosti na pojav in širjenje novega koronavirusa ter na ukrepe, ki jih v zvezi s tem sprejema vlada RS, **se je stabilizirala** (na prikazih v prilogi si lahko ogledate spremembe v enem mesecu, na isti datum marca in aprila). Tudi po tej plati je torej jasno, da **se zaključuje prvi del epidemije**, pospremljen s sproščanjem ukrepov. Zato danes pozornost namenjamo posledicam, ki nas čakajo v prihodnjih mesecih. **Če so se indikatorji odziva na virus umirili, pa to ne velja za indikatorje odziva na finančno stanje in posledično potrošnjo.**

## PRIČAKOVANO FINANČNO STANJE IN POTROŠNJA

Trenutno in pričakovano finančno stanje	27.-29.3.	27.-29.4.
Slabše kot pred pol leta	18%	26%
Enako, vendar pričakujem, da se bo poslabšalo	45%	34%
Enako, ne pričakujem poslabšanja	32%	36%
Boljše kot pred pol leta	6%	4%

Trenutni in pričakovani obseg potrošnje	27.-29.3.	27.-29.4.
Zdaj trošim manj	42%	51%
Mislím, da bom v prihodnjih mesecih trošil manj	34%	21%
Ne pričakujem nobenih sprememb	21%	24%
Trošim več kot prej	4%	4%

Spodnji graf prikazuje **segmentacijo slovenske populacije od 18 do 75 let** glede na oceno finančnega stanja in pričakovane potrošnje. Glede na ta dva kriterija **že od leta 2009**, torej od začetka pretekle gospodarske krize, razvrščamo populacijo v pet segmentov:

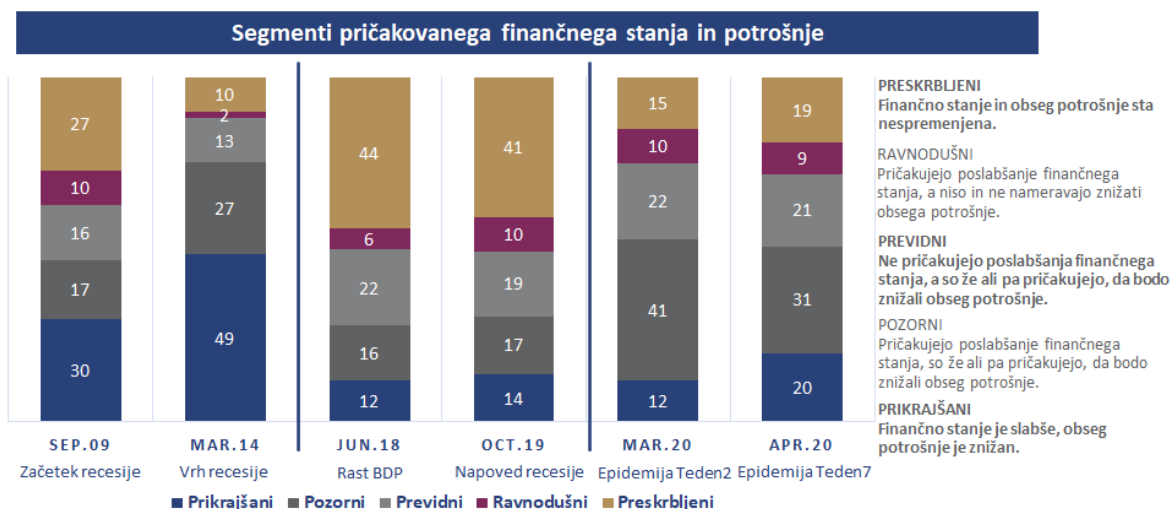
**Prikrajšani** - Finančno stanje je slabše, obseg potrošnje je znižan.

**Pozorni** - Pričakujejo poslabšanje finančnega stanja, so ali pričakujejo znižanje obsega potrošnje.

**Previdni** - Ne pričakujejo poslabšanja finančnega stanja, so ali pričakujejo znižanje obsega potrošnje.

**Ravnodušni** - Pričakujejo poslabšanje finančnega stanja, niso in ne nameravajo znižati potrošnje.

**Preskrbljeni** - Finančno stanje in obseg potrošnje sta nespremenjena.



Velikost posameznega segmenta, predvsem pa spreminjanje v času, nam daje izjemen **vpogled v stanje na trgu in za obete v prihodnosti**. V prvih dveh stolpcih opazujemo strukturo segmentov v času gospodarske recesije, prvi je iz začetkov recesije v Sloveniji septembra 2009, drugi v času drugega dna, spomladi leta 2014. **Za recesijo je značilen visok oz. prevladujoč delež segmenta prikrajšanih**, torej tistih, ki poročajo o slabšem finančnem stanju in omejevanju lastne potrošnje.

Druge dva stolpca razkrivata položaj v času gospodarske rasti. Prvi med obema predstavlja čas največjega gospodarskega razcveta pred poletjem 2018, drugi je iz obdobja jeseni 2019, ko je rast še vztrajala, a se je v medijih izrazil »recesija« pojavljala nekoliko pogosteje. **Za čas gospodarske rasti je značilen prevladujoč delež segmenta preskrbljenih**.

Zadnja dva stolpca prikazujeta položaj po koncu drugega in po koncu sedmega tedna epidemije. Prva reakcija je bila pričakovana pozornost oz. previdnost. Danes pa je že očitno, da se vzpostavlja nova struktura, kar poudarjamo že ves čas – **prihajajoče gospodarske posledice epidemije ne bodo enake krizi 2009-2014**. Za čas po prvem delu epidemije se namreč izrisuje nov vzorec, s **sorazmerno enako velikima deležema preskrbljenih in prikrajšanih**. Tudi soočenje z gospodarskimi posledicami epidemije bo torej za prebivalce nekaj novega.

###

## Dostop do podatkov

Vsi uporabljeni podatki in nekateri drugi za celotno obdobje raziskave so dostopni na povezavi:

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1b9rBaWS9Y8mceQljQ7xr\\_ClBcxD6RryGikWQJwVCx9g/edit#gid=2060053169](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1b9rBaWS9Y8mceQljQ7xr_ClBcxD6RryGikWQJwVCx9g/edit#gid=2060053169)

###

## Navajanje vira

Pri navajanju vira prosim navedite (priporočena oblika navajanja vira):

»Vir: Javnomnenjska raziskava 27.-29. marec / 27.-29. april 2020, n=745 / 761; Valicon.«

###

## Metodološki podatki

Raziskava se izvaja v okviru spletnega panela anketirancev Jazvem.si. Spletni panel Jazvem.si je največji spletni panel anketirancev v Sloveniji. Rezultati so reprezentativni za slovensko spletno populacijo od 18 do 75 let, po spolu, starosti, izobrazbi in regiji na ravni tipa naselja.

Čas anketiranja:

- prva meritev 11.-12. marec, n=1.129;
- druga meritev 18.-19. marec, n=507;
- dnevno merjenje poteka od 23. marca dalje, na dnevnem vzorcu okoli n=250;

###

## O družbi Valicon

Valicon vodilna družba za javnomnenjske in trženjske raziskave in svetovanje v Sloveniji, ustanovljena leta 1996. Ustanovitelja in vodilni osebi v podjetju sta člana združenja ESOMAR.

###

## Več informacij

Valicon d.o.o., Kopitarjeva 2, Ljubljana

T. 01/ 420 49 00, 041 791 908 (Andraž Zorko, partner)

E. pr@valicon.net

W. www.valicon.net

TW. @valicongroup

---