

Dimičeva ulica 13, SI-1000 Ljubljana
t: +386 1 58 98 212, +386 1 58 98 213
f: +386 1 58 98 219
e: info@tzslo.si, www.tzslo.si

ID številka za DDV: SI67994598
Številka TRR: SI56 0313 8100 0518 803

ZAZNANE SPREMEMBE V NAVADAH SLOVENSКИH PORABNIKOV

Povzetek

V začetku letošnjega leta se je še spraševalo, **ali gre za trende** ali gre **zgolj za gospodarsko recesijo**, ki z intenzivno medijsko izpostavljenostjo in skupaj z uvedbo evra vpliva na manjšo kupno moč ter posledično zmanjšanje obsega potrošnje oz. vsaj na videz pretirano racionalno vedenje. Sedaj je jasno. Gre za globlje trende, ki jih gospodarska recesija le pospešuje.

Trženjski monitor DMS ugotavlja, da vpliv gospodarske recesije v vsakdanjem življenju **občutita dve tretjini slovenskih porabnikov**. Prizadeti porabniki poročajo o poslabšanju finančnega stanja in finančni nestabilnosti. Zaradi manjše kupne moči prizadeti porabniki spreminjajo nakupne navade. Vseeno pa **tretjina slovenskih porabnikov obseg potrošnje vzdržuje na enakem nivoju** kot pred recesijo **oziroma ga še povečuje**.

Recesijski porabniki so previdni porabniki. Premišljeno in načrtno spreminjajo obseg in prioritete potrošnje ter osvajajo nove nakupovalne prakse. Recesijski porabniki bolj kot kdajkoli prej **iščejo in tehtajo prave vrednosti potrošnje**.

Po obdobju gospodarskega razcveta torej prihaja obdobje streznitve. Ključni izziv trgovcev danes je poleg spremenjenega, po njihovem mnenju vedno bolj zahtevnega porabnika, **pridobiti oziroma vzdržati zaupanje porabnikov, imeti z njimi iskrene odnose ter uspešno srečati potrebe in zahteve porabnikov, ki že izkušajo posledice recesije**.

(povzeto po http://www.tzslo.si/pic/pdf/3-konferenca/Andraz_Zorko.pdf in http://www.tzslo.si/pic/pdf/3-konferenca/Geni_Arh.pdf, dopolnjeno z izsledki netografije, Memo Institut

Glavni kazalci Trženjski monitor DMS

	2. val sept. 09	1. val marec 09
OBČUTENJE RECESIJE		
Delež prebivalcev, ki osebno čutijo vpliv gospodarske recesije na svoje vsakdanje življenje.	63 %	52 %
VARNOST DELOVNEGA MESTA		
Delovno mesto sem že izgubil.*	2 %	1 %
Pričakujem, da bom zaradi recesije v bližnji prihodnosti delovno mesto izgubil.*	15 %	22 %
PRIČAKOVANJA GLEDE OSEBNEGA DOHODKA		
Moja plača se je že znižala.*	26 %	22 %
Pričakujem, da se mi bo plača v kratkem znižala.*	12 %	17 %
PRIČAKOVANJA GLEDE FINANČNEGA STANJA		
Moje finančno stanje se je že poslabšalo.	38 %	23 %
Pričakujem, da se bo moje finančno stanje poslabšalo.	19 %	29 %
OBSEG POTROŠNJE V ZADNJIH MESECIH		
Že sedaj trošim manj.	51 %	48 %
Mislím, da bom v prihodnjih mesecih trošil manj.	11 %	17 %

* Odgovarjali so le zaposleni.

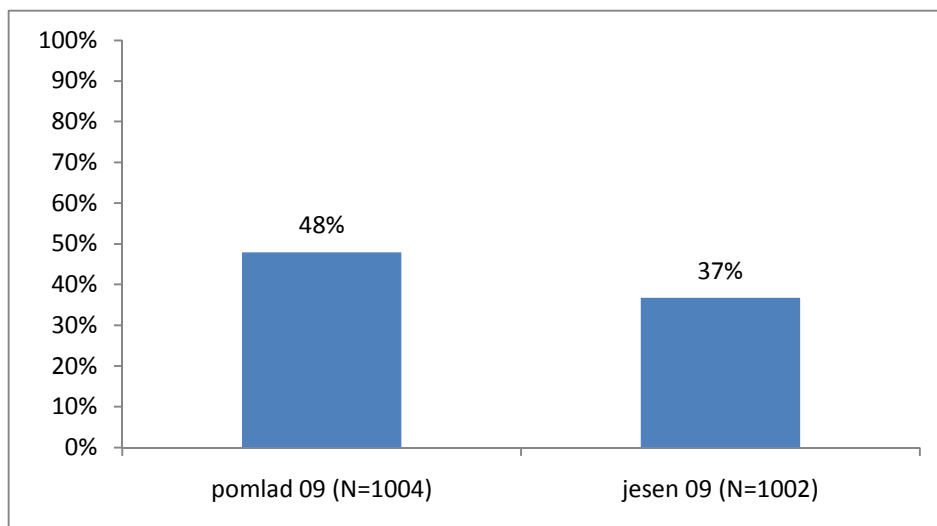
Za Trgovinsko zbornico Slovenije gradivo pripravila:
ARHEA d.o.o.
MEMO INSTITUT

Ljubljana, november 2009

1. sklop: VPLIV GOSPODARSKE RECESIJE NA VSAKDANJE ŽIVLJENJE

Vse več porabnikov čuti učinke recesije. Medtem ko je v spomladanskem merjenju Trženjskega monitorja DMS skoraj polovica porabnikov poročala, da jih recesija ni prizadela, je neprizadetih porabnikov v jeseni le še 37 %.

Graf 1: Ali vi osebno čutite vpliv gospodarske recesije na vaše vsakdanje življenje? (odstotek odgovorov 'ne')



Vir: Trženjski monitor DMS; pomlad/jesen 2009, izvajalec raziskave: Valicon.

Med **neprizadetimi porabniki** prihaja do razlik v načinu razumevanja in razlaganja recesije. Prva skupina neprizadetih porabnikov ne verjame v recesijo. Zatrjujejo, da recesije ni, saj je ne občutijo in ne opazijo v svojem okolju:

- *Ma nehajte že s to recesijo. Dokler so **trgovski centri polni** in dokler se novi odpirajo, meni noben ne bo govoril, da je recesija. (Ž_10¹, julij 09)*
- **Recesija je za reveže.** Če imaš resno in stabilno službo, ne občutiš nobene recesije. (M_7, junij 09)
- *Mah, prav dobro se mamo v primerjavi z drugimi evropskimi državami! **Tole, kar se pri nas dogaja, sploh ni omembe vredno!** (M_14, april 09)*

Recesijo zato razlagajo tudi kot umetno in namerno zgrajen medijski konstrukt:

- *Če ne drugače, vsak čuti krizo tako, da se **v vsakem prispevku na TV krizo omeni vsaj enkrat.** (M_16, april 09)*
- **V glavah živite v času recesije, ker so vam tako rekli.** (M_38, marec 09)
- *Sedaj je pa kriza in to napisano z velikimi črkami na vsakem koraku, pa **podjetja to malce izkoriščajo.** (M_68, marec 09)*

^{1 1} Spol (moški – M, ženski – Ž), zaporedna številka, katera pojasnjuje, da gre za različne osebe in čas objave citata. Citati v posameznem sklopu so razporejeni po principu od najmlajšega do najstarejšega.

Druga skupina neprizadetih porabnikov recesije ne zanika, saj jo dnevno opaža v svojem ožjem in širšem okolju:

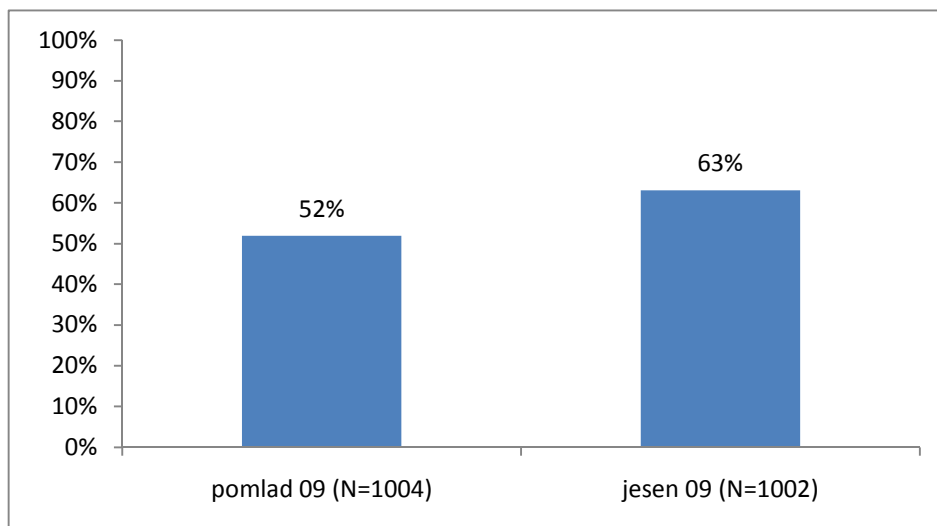
- *Je pa tudi res, da **gre nekaterim ljudem precej slabše od nas.** Nekateri komaj čez mesec lezejo ... (Ž_75, avgust 09)*
- *Zunaj je recesija, vsi jo po večini zanikamo. **A zunaj ni samo finančna kriza, ampak tudi psihična** ... (Ž_14, julij 09)*
- *Drugače je pa **ne občutim na lastni koži ... verjetno zato, ker nisem delavec v proizvodnji** in tisti, ki bo ostal v kratkem brez službe ... (M_50, marec 09)*

Obenem neprizadeti porabniki izražajo tudi **bojazen, da lahko recesija v prihodnosti prizadene tudi njih:**

- ***Vas kaj skrbi kaj bo jeseni? Bo še slabše? Bomo morali vsak po svoje migat in se znajti po svoje. Mene vseeno rahlo skrbi.** (M_3, julij 09)*
- *Pri nas v podjetju v zadnjih treh mesecih **niso podaljšali pogodb petim zaposlenim!!!** Toliko o tem, da ni recesije!!!! (Ž_5, julij 09)*
- ***Jaz recesije (še) ne občutim** ... Tako da ne kupujem nič drugače kot prej. (Ž_43, marec 09)*

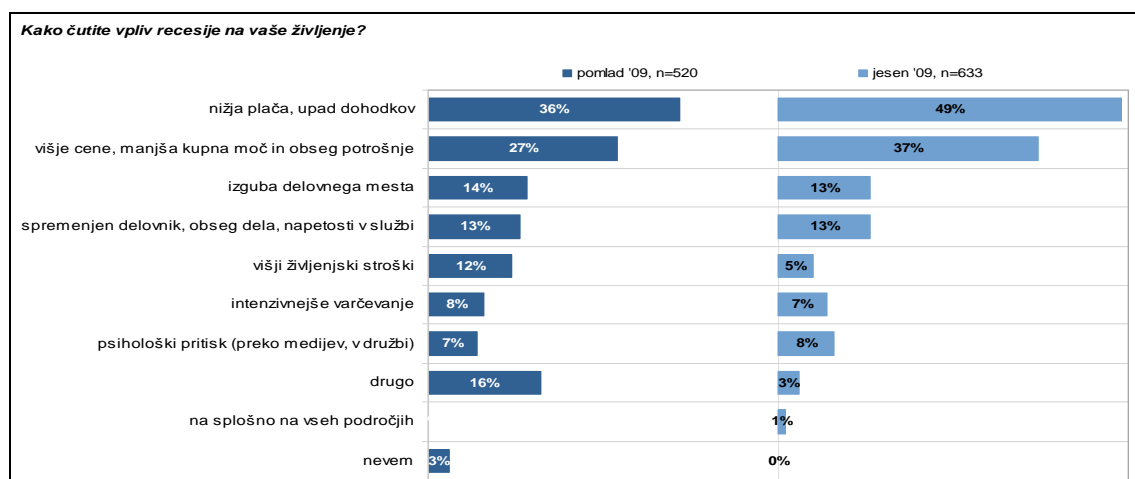
Že spomladi je več kot polovica porabnikov občutila posledice recesije. Jesensko ponovljeno merjenje Trženjskega monitorja DMS pa kaže, da je recesija prizadela že skorajda dve tretjini porabnikov.

Graf 2: Ali vi osebno čutite vpliv gospodarske recesije na vaše vsakdanje življenje? (odstotek odgovorov 'da')



Vir: Trženjski monitor DMS; pomlad/jesen 2009, izvajalec raziskave: Valicon.

Graf 3: Kako občutite vpliv recesije na vaše življenje?



Vir: Trženjski monitor DMS; pomlad/jesen 2009, izvajalec raziskave: Valicon.

Prizadeti porabniki, ki že čutijo recesijo, doživljajo različne stiske. Poročajo o nenadnem in nepričakovanem poslabšanju lastnega finančnega stanja in zniževanju kupne moči.

Upad dohodka prizadetih porabnikov je posledica nenadne izgube službe enega ali več družinskih članov ter zniževanja osebnega dohodka:

- **V našem podjetju se odločajo za znižanje plače.** (Ž_70, september 09)
- **Lani tak čas sva še oba imela v redu službe.** Mene je zavod dobil na puklo pred pol leta, mož je šel s papirji tja danes. Sin je zaključil šolanje in ne dobi zaposlitve. Ni prostih mest ne preko študenta niti za redno službo. **Kar naenkrat smo se znašli v vakuumu in brez sredstev.** (Ž_1, julij 09)
- **Pri nas je šel družinski dohodek na pol.** Hvala bogu, da ima mož dokaj zanesljivo službo z lepo plačo. Samo kaj, ko je 60 % njegove plače vezane na uspešnost oz. na rezultate prodaje. (Ž_7, julij 09)

Zaradi vse višjih življenjskih stroškov oziroma manjše kupne moči porabniki varčujejo in krčijo stroške:

- **Recesija bo (oz. je že) najbolj prizadela ljudi, ki imajo nek povprečen standard in se bodo kar naenkrat morali znajti s polovico dohodka manj.** To so tudi tisti, ki največ trošijo oz. zapravljajo, in ker ne bodo več, bodo kupovali samo še najnujnejše in začaran krog je sklenjen. (Ž_11, julij 09)
- **Občutim v toliko, kar se v trgovinah hrana skozi draži, moja plača je pa skozi enaka.** (Ž_29, maj 09)
- **Je pa res, da se bolj zavedava, da se nikoli ne ve, kaj še lahko pride, pa zato vseeno malo bolj gledava, kako trošiva in koliko prihraniva.** (Ž_40, april 09)

Porabniki poročajo tudi o različnih psiho-socialnih pritiskih kot posledici gospodarske recesije:

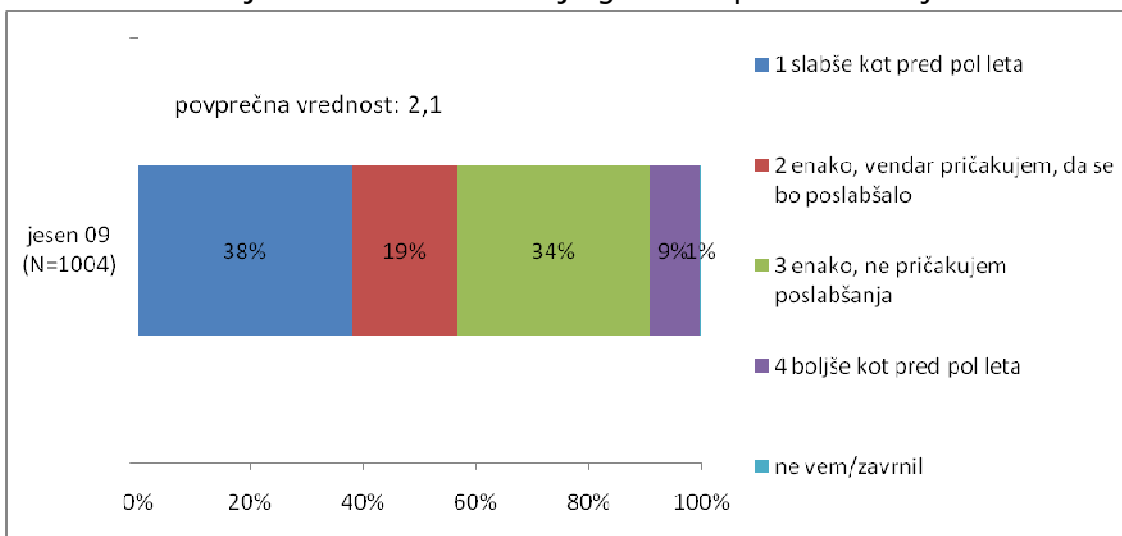
- **Čprav še imam službo (plača je enaka že 4 leta) in sem zelo hvaležna za to, se recesija kaže tudi na zaskrbljenosti za bodočnost.** Kaj pa, če čez nekaj mesecev te službe ne bo več? (Ž_17, junij 09)
- **Osebnost sem lahko miren, a se vseeno bojim, ker se zavedam posledic, če ostanem brez službe. Še posebej, ko pomislim na svoja otroka.** (M_62, januar 09)
- **A veš, ta občutek, da ni varnosti, da se lahko zgodi, da ostaneš brez službe, brez edinega vira dohodka družine (preživnina in otroški dodatki niti za osnovne položnice niso dovolj), ... beseda "recesija" me nervira.** (Ž_66, november 08)

2. sklop: FINANČNA (NE)STABILNOST

Porabniki recesijo občutijo predvsem v manjši varnosti oziroma stabilnosti delovnega mesta in slabšanju finančnega stanja, ki se odlikava v manjši kupni moči.

V Trženjskem monitorju DMS skoraj 40 % porabnikov v zadnjih šestih mesecih zaznava poslabšanje finančnega stanja. Petina porabnikov z zaenkrat še stabilnim finančnim stanjem pa v kratkem pričakuje njegovo poslabšanje.

Graf 4: Kakšno je vaše finančno stanje glede na pol leta nazaj?



Vir: Trženjski monitor DMS; jesen 2009, izvajalec raziskave: Valicon.

Poslabšanje finančnega stanja porabnikov je posledica nižanja dohodkov in/ali prisilnega krajšanja delovnega časa v podjetjih, ki s tovrstnimi ukrepi želijo preživeti recesijo:

- *Krizi ni videti konca! Poleg 36-urnega delavnika in vsiljenega dopusta (nekaterim bo tega kmalu zmanjkalo - na primer meni) se nam obeta še čakanje ... (M_62, julij 09)*
- *Moja sestra danes ni dobila plače in nihče ne ve, kdaj/če sploh jo bodo. Ob petkih že dolgo ne delajo, plača gre še za 10 % dol (če jo bodo dobili). Dela v podjetju, ki je bilo nekaj let nazaj slovenska gazela. Juhej. (Ž_30, maj 09)*
- *Pri nas že znižujejo plače v paketu od 10-15-20-25-30 procentov plače. (M_39, maj 09)*

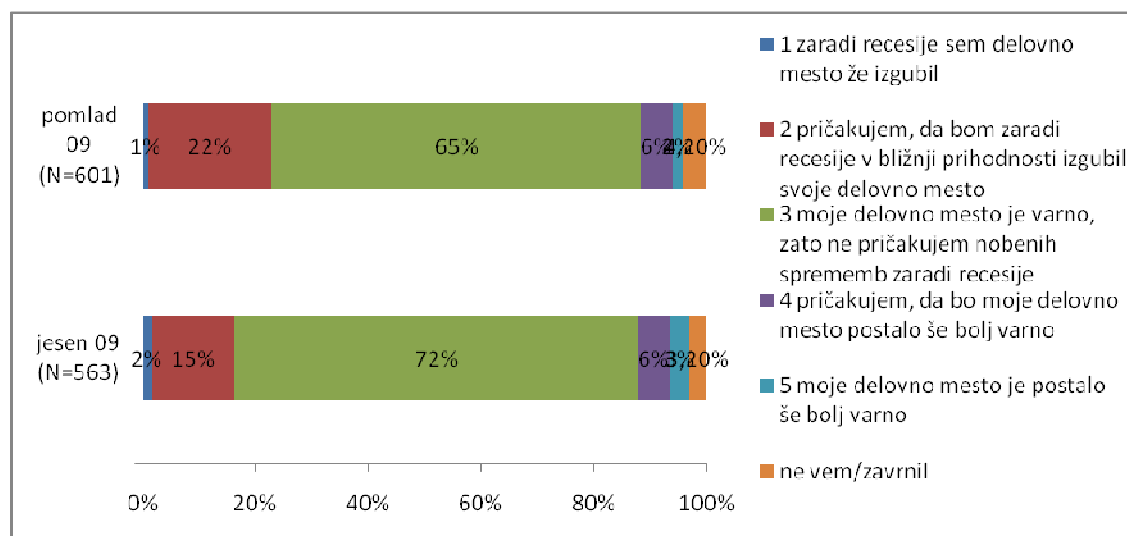
V največji finančni stiski so se znašli porabniki, ki so jih podjetja zaradi krize odpustila:

- *V službi so se me znebili pod pretvezo - recesija. (Ž_85, avgust 09)*
- *Samo v moji ožji družini je brat izgubil delo v tovarni, oče v luki, jaz v transportnem podjetju, sestri ne bodo podaljšali pogodbe v turizmu. Recesije ni za nekatere, večina nas pa jo že krepko čuti! (Ž_12, julij 09)*
- *No, danes pa smo dobili ponudbo v vrednosti 5000 €, če se do konca naslednjega tedna odločimo za razumno prekinitev dela s koncem tega meseca. (M_62, maj 09)*

Čeprav jesensko merjenje Trženjskega monitorja DMS kaže, da v primerjavi s spomladanskim obdobjem relativno manj porabnikov skrbi, da bodo v prihodnosti izgubili zaposlitev, pa so obenem nekateri porabniki še trdneje prepričani, da je v sedanjih razmerah novo zaposlitev izredno težko dobiti:

- *Dobrodošla v recesiji. Trenutno je klima, ne glede na profil, takšna, da nihče nič ne jemlje.* (Ž_83, avgust 09)
- *Imam VII. stopnjo ekonomije in resno sem stopila v akcijo: imam znanja, izkušnje, pošiljam kar dobre prošnje in CV, kličem, se javljam na oglase, **skratka ... dogajam. Pa nič!*** (Ž_86, avgust 09)
- *No, jaz sem imela reš srečo, saj sem **v teh težkih časih brezposelnosti dobila službo za nedoločen čas ...*** (Ž_69, julij 09)

Graf 5: Kako varno se vam zdi delovno mesto?



Vir: Trženjski monitor DMS; pomlad/jesen 2009, izvajalec raziskave: Valicon.

Dobra tretjina porabnikov pa je vseeno prepričanih, da poslabšanj osebnega finančnega stanja v prihodnosti ne bo. Desetina svoje finančno stanje danes ocenjuje kot boljše kot pred pol leta.

Optimizem, da se jim finančno stanje v prihodnosti ne bo poslabšalo, izvira iz uspešnega poslovanja podjetja oziroma nove, boljše zaposlitve:

- *Pri nas gre tako dobro, kot še nikoli. Ravno zadnjič sem se pogovarjal z direktorjem glede "krize" in pravi: **"Če je tole kriza, potem naj kar traja"**.* (M_40, maj 09)
- *Meni recesija kar dobro dene, **dela je dosti več**. Izgleda, da se vsi bolj odločajo za popraviljanje avtov in ne več samo za nove na kredit, lizing, odplačilo itd.* (M_51, marec 09)
- *Sama sem imela v bistvu veliko srečo, da so mi ravno v tem času **ponudili službo za nedoločen čas**.* (Ž_81, oktober 08)

Pojavlja se nov tip "iznajdljivih porabnikov", ki si stabilno finančno stanje vzdržujejo z alternativnimi rešitvami.

“Iznajdljivi porabniki” se s ciljem dodatnega zaslужka lotijo opravljati različne profitne obslužbene dejavnosti:

- *Tudi meni gre pravzaprav bolje, pa ne zaradi tega, da bi dobil povišico, kot zaradi tega, da še **popoldan malo delam**. (M_37, julij 09)*
- *Z recesijo se že spopadam tako, da imam še **dve dodatni službi**, ki mi prinašata dodatnih 100 do 200 EUR/mesec. (M_33, februar 09)*
- *Jaz sem pa **prodala kar nekaj stvari, ki smo jih mi odrabili**. Tako cunjic kot tudi raznih pripomočkov. In je bilo več ali manj vse hitro prodano. (Ž_93, januar 09)*

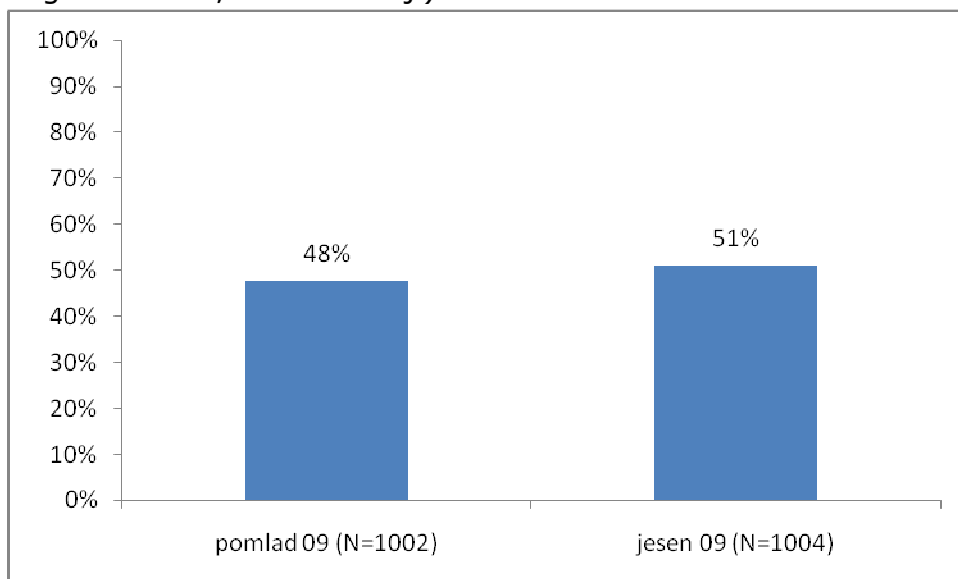
“Iznajdljivi porabniki” pogosto kompensirajo pomanjkanje denarja z vlaganjem lastnega časa in si tako vzdržujejo kakovost življenja:

- *Veliko denarja lahko tudi **prihraniš, če narediš kaj s svojimi rokami**, če pametno kupuješ, imaš doma vrt ipd. (M_37, julij 09)*
- *Čez dan poskušam **čim več pridelati na vrtu** in spraviti v ozimnico. (Ž_1, julij 09)*
- *Pa bolj sva se **orientirala na prehrano s stvarmi, ki jih sama doma pripraviva** iz izdelkov, ki sva jih nakupila pri kmetih, ki jih poznavata. (Ž_40, maj 09)*

3. sklop: SPREMEMBA OBSEGA POTROŠNJE

Spremenjeno finančno stanje porabnikov in pričakovanja glede prihodnje finančne preskrbljenosti že vplivata na sedanji obseg potrošnje slovenskih porabnikov.

Graf 6: Ali bi zase lahko rekli, da ste že spremenili obseg potrošnje? (odstotek odgovorov 'da, trošim manj')



Vir: Trženjski monitor DMS; pomlad/jesen 2009, izvajalec raziskave: Valicon.

Po podatkih Trženjskega monitorja DMS dve tretjini porabnikov že danes troši manj kot pred pol leta oziroma pričakuje, da bo obseg potrošnje zmanjšal v naslednjih treh mesecih:

- *Tudi jaz sem brez redne zaposlitve. Nakupovalni center vem, da stoji, v njem sem enkrat do dvakrat na mesec. **Daleč od tega, da bi imela poln voziček**, že nekaj časa ne vemo, kako to sploh izgleda. (Ž_6, julij 09)*
- *Recesija se kaže v tem, **da si ne upamo nič kupiti, nič načrtovati**, v resnici šparamo čisto pri vsem. (Ž_17, junij 09)*
- *No ja, pri nakupih je pa tako ali tako **potrebno gledat na vsak evro**, ker je vse tako drago ... (M_50, marec 09)*

Tretjina porabnikov obsega potrošnje ne zmanjšuje in nakupuje enako kot pred gospodarsko krizo:

- Vsi, ki imamo službe, imamo **še vedno keš za vse** ... tudi za dopuste pa za nove avte. (M_6, junij 09)
- Privoščimo si vse tako kot prej, **ne gledamo na denar**. (Ž_33, maj 09)
- Jaz recesije (še) ne občutim ... tako da **ne kupujem nič drugače kot prej**. (Ž_43, marec 09)

Glede na finančno stanje in značilnosti potrošnje slovenskih porabnikov se je na osnovi podatkov Trženjskega monitorja DMS oblikovalo pet recesijskih segmentov. Ločimo porabnike, ki so: prizadeti, v pričakovanju, v pripravljenosti, preskrbljeni ali nedotaknjeni.

Tabela 1: Opis recesijskih segmentov

Segment	Velikost
PRIZADETI Njihovo finančno stanje se je že poslabšalo. Pri vsakodnevnikih nakupih so potrošnje že omejili.	30 % / 397.000
V PRIČAKOVANJU Pričakujejo poslabšanje finančnega stanja in že trošijo - ali pa pričakujejo, da bodo trošili - manj.	17 % / 234.000
V PRIPRAVLJENOSTI Čeprav je njihovo finančno stanje enako in ne pričakujejo poslabšanja, že trošijo - ali pričakujejo, da bodo v prihodnosti trošili - manj.	16 % / 217.000
PRESKRBLJENI Čeprav pričakujejo poslabšanje finančnega stanja, niso omejili potrošnje.	10 % / 132.000
NEDOTAKNJENI Njihovo finančno stanje in trošenje sta ostala na enaki ravni.	27 % / 366.000

Vir: Trženjski monitor DMS; pomlad/jesen 2009, izvajalec raziskave: Valicon.

Prizadeti porabniki so tisti, katerih finančno stanje se je že poslabšalo. Pri vsakodnevnikih nakupih so potrošnje že omejili:

- Ostalih **materialnih stvari, ki niso maksimalno nujne, si ne morem privoščiti**. (Ž_45, marec 09)
- Sem začela **šparati kot še nikoli v življenju**. (Ž_79, oktober 08)

Porabniki v pričakovanju so tisti, ki pričakujejo poslabšanje finančnega stanja in že trošijo - ali pa pričakujejo, da bodo trošili - manj:

- Iz tega **razloga tudi kupujem manj, razmišljam o prihodnjem letu**, pomlad, poletje, ali bom imela službo ali ne in iščem možne rešitve, če ostanem brez službe. (Ž_66, november 08)
- Sem pa bila zdaj dvakrat po štacunah (████, ...) - in ali se samo meni zdi, da je bilo ful malo folka? Hm, mogoče se pa res malo zavedajo, da je treba šparati, ker se **bližajo hudi časi**. (Ž_80, oktober 08)

Porabniki v pripravljenosti so tisti, katerih finančno stanje je nespremenjeno in ne pričakujejo poslabšanja, vendar že trošijo - ali pričakujejo, da bodo v prihodnosti trošili - manj:

- V tem času si jaz **raje lepo delam zalogo, kot da trošim okoli**. (M_51, marec 09)
- Sicer **pa že prej nisem brezglavo nakupovala** vse, kar sem videla, ampak kupujem tiste stvari, ki jih potrebujem v tistem trenutku. (Ž_43, marec 09)

Preskrbljeni porabniki kljub temu, da pričakujejo poslabšanje finančnega stanja, niso omejili potrošnje:

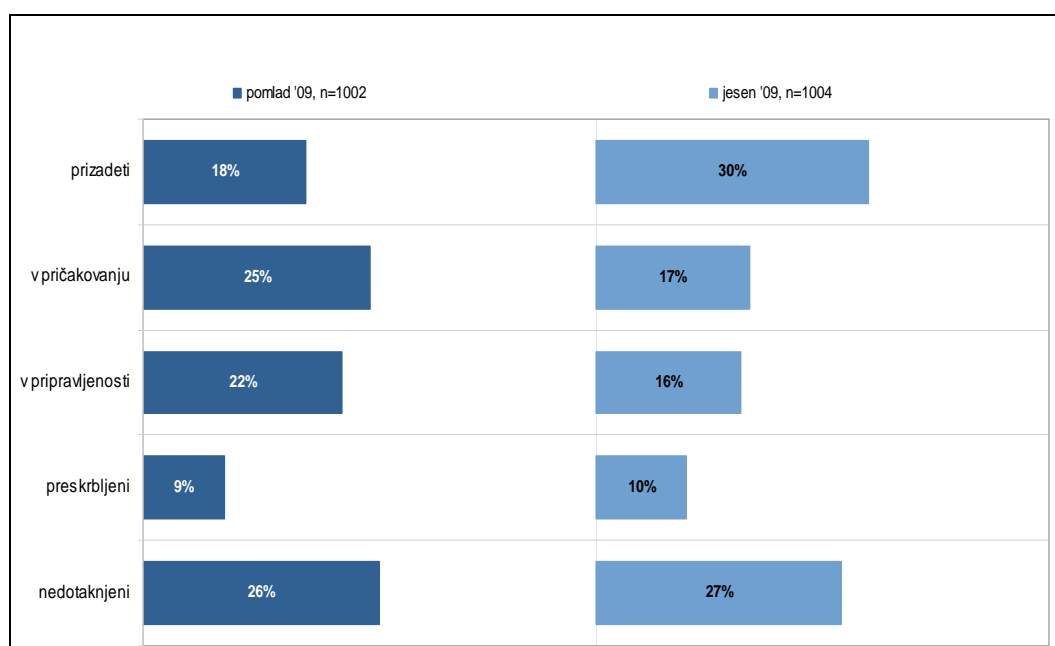
- *Kdo špara? Vsi vse zapravimo, ker ni kaj šparati ... Ko službe ne bo več, se bo treba pa znajti. (M_8, junij 09)*
- *Kaj vem, kje se mi pozna recesija. Pri tem, da brez denarja kupujem avto, in ugotavljam, da gre. Še malo, pa bom napisala priročnik ... (Ž_100, marec 09)*

Nedotaknjeni porabniki so tisti, katerih finančno stanje in trošenje ostajata na enaki ravni kot pred gospodarsko krizo:

- *Jaz se zaradi tako imenovane recesije in velikih "pozivov", da prihaja kriza in da je potrebno varčevati nisem odrekel še nobeni stvari. (M_24, januar 09)*
- *Za mene se ni nič spremenilo in, kot kaže, se tudi ne bo. (M_29, marec 09)*

V jesenskem merjenju Trženjskega monitorja DMS se je povečal segment 'prizadetih', in sicer natanko toliko, za kolikor sta se zmanjšala segmenta 'v pričakovanju' in 'v pripravljenosti' - manj ljudi je torej v krču pričakovanja oziroma pripravljenosti. Segmenta 'preskrbljeni' in 'nedotaknjeni' sta po velikosti ostala nespremenjena.

Graf 7: Recesijski segmenti – sprememba velikosti segmentov

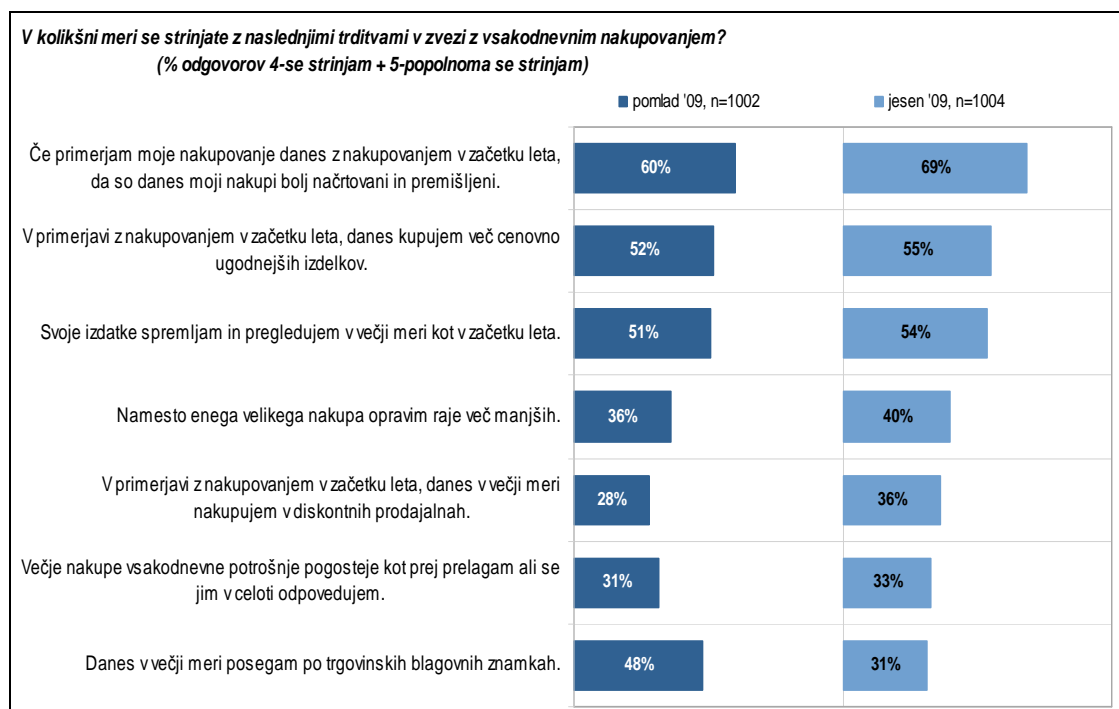


Vir: Trženjski monitor DMS; pomlad/jesen 2009, izvajalec raziskave: Valicon.

4. sklop: SPREMEMBE VSAKODNEVNIH NAKUPNIH NAVAD

Vzorci spremenjene potrošnje se med drugim odlikavajo v spremenjenih vsakodnevni nakupnih navadah slovenskih porabnikov.

Graf 8: V kolikšni meri se strinjate z navedenimi trditvami glede vsakodnevni nakupnih navad? (odstotek odgovorov '4 – se strinjam' in '5 – popolnoma se strinjam')

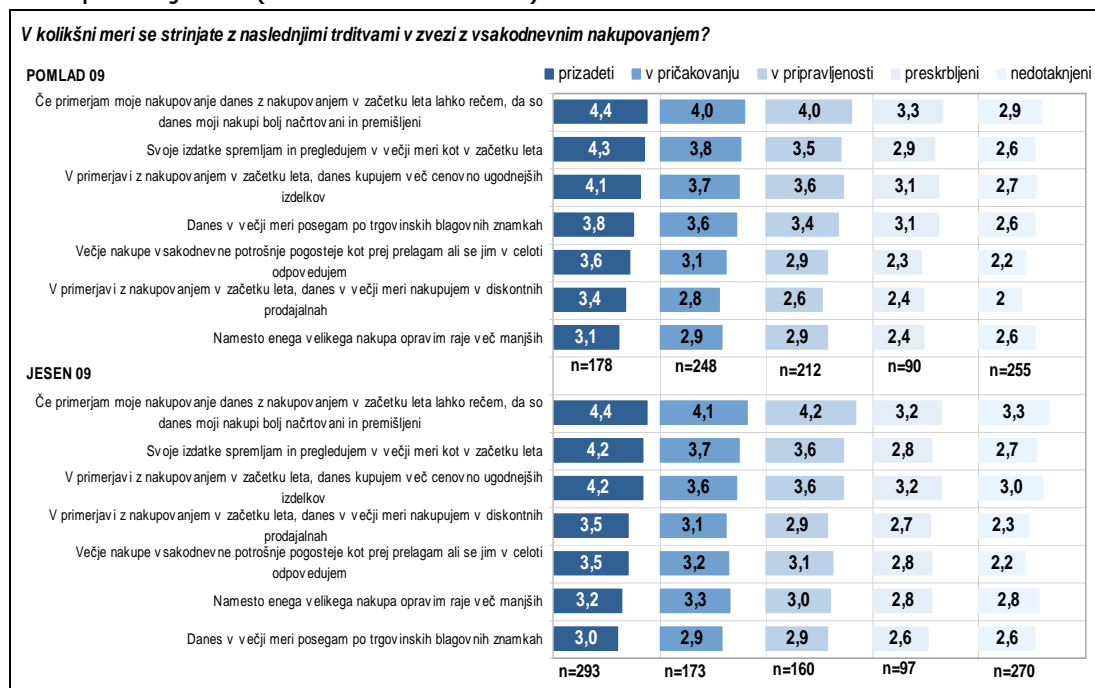


Vir: Trženjski monitor DMS; pomlad/jesen 2009, izvajalec raziskave: Valicon.

Po podatkih Trženjskega monitorja DMS so vsakodnevni nakupi danes postali predvsem bolj načrtovani in premišljeni, kupuje se ugodnejše izdelke, izdatki pa so pogosteje nadzorovani. Recesija je spodbudila tudi odločanje za več manjših nakupov namesto enega večjega in nakupovanje v diskontnih prodajalnah:

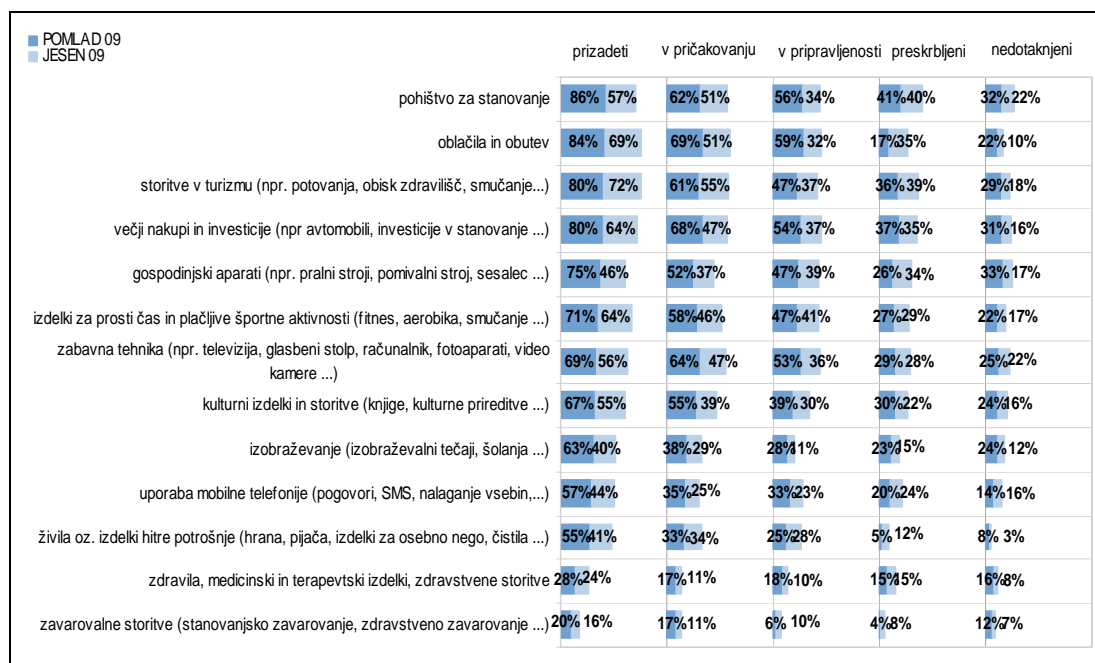
- *Ne razumem, kaj imajo zasedena parkirišča in polni nakupovalni vozički veze z recesijo in revščino? Gre pač za to, **da ljudje, ki so kupovali prej v [redacted], zdaj kupujejo v [redacted]**, kupovanja jim pa recesija seveda ne bo izbila iz glave. Zakaj bi jim ga? (M_44, avgust 09)*
- *Midva tudi za vsako stvar gledava, da **ne kupujeva nekaj brez veze**, ker je. (Ž_56, marec 09)*
- *Ampak zdaj mi je v [redacted] **že vse malce predrago**, sploh ribe in meso ... **Zato bi 'presedlala' na [redacted] in [redacted]**. (Ž_97, februar 09)*

Graf 9: V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami v zvezi z vsakodnevnim nakupovanjem? (lestvica od 1 do 5)



Vir: Trženjski monitor DMS; pomlad/jesen 2009, izvajalec raziskave: Valicon.

Graf 10: Sprememba potrošnje izdelčnih skupin po segmentih



Vir: Trženjski monitor DMS; pomlad/jesen 2009, izvajalec raziskave: Valicon.

Svoje nakupne navade najbolj spreminjajo najbolj prizadeti segmenti, kar se kaže tudi v spreminjanju repertoarja in obsega kupljenih izdelkov:

- **Kaj točno kupujete v [REDACTED] in kaj v [REDACTED]?** Ne da se mi probati vseh namazov in ugotavljati, kateri sploh niso dobri in metati denarja stran. Sem bolj 'ziheraš', navadno kupujem MU-namaze, pa paštete Argeta, pa jogurte Jogobella, kapučino rabim, meso, ribe... Mi lahko prosim napišete seznam, kaj kupujete tam, in je dobro... (Ž_97, februar 09)
- Jasno pa je tudi, da **namazi za naš kruh gredo, saj tako mama najlaže poteši lakoto otrok**, pa tudi odrasle nasiti s kruhom. (Ž_84, julij 09)

Porabniki kupujejo bolj organizirano, v trgovine prihajajo načrtovano - z nakupovalnimi seznamami in si že vnaprej omejujejo obseg potrošnje:

- Zdaj hodim **v trgovino kar s spiskom**, kaj moram kupiti, ker si kakšnih **nepremišljenih nakupov na žalost ne morem več privoščiti**. (Ž_55, marec 09)
- V trgovinah pa tako ali tako od vedno kupujem le tisto, **kar dejansko potrebujem**. Močno orodje pri tem početju je **listek s seznamom stvari za nakup in košarica**. (M_33, februar 09)

S ciljem dobiti večjo vrednost za denar porabniki zaznavajo in primerjajo akcijske ponudbe:

- Nakupi? Premišljeni ... **akcije ... v kombinaciji s čimbolj zdravo prehrano ...** (Ž_45, marec 09)
- **Ko pride meso v akcijo, ga nakupim za cel mesec**, pa dam zamrzniti (redna cena je okoli 8 € / kg, vsak mesec pa je stodontno enkrat tudi po 5 €), prav tako kake konzerve ipd. (M_28, februar 09)
- **Kupujemo tam, kjer je tisti teden boljša akcijska ponudba** (v [REDACTED]-ju v Ljubljani so itak vse trgovine nametane na kupu). (M_35, februar 09)

Porabniki skrajšujejo prodajne poti in preskakujejo posrednike ter ceneje kupujejo direktno od proizvajalcev:

- **Moko kupujemo v mlinu**, kruh pečemo sami. (Ž_6, julij 09)
- Tako da **manj kupujeva v trgovini, več pri kmetih** in več kuhava. To se na denarnici še najbolj pozna. Gre pa malo več časa. (Ž_40, maj 09)
- Tudi pri nas **meso kupujemo pri kmetu**, ostale stvari pa nabavljamo v trgovini, običajno v [REDACTED]. Se pa nakupovanje v diskontih krepko pozna v denarnici. (Ž_99, februar 09)

Porabniki se odrekajo ali zmanjšujejo porabo določenih izdelkov. Iščejo tudi cenejše in manj kakovostne alternative:

- Meni je malo pomagala Imortale od L'Occitana. Mi jo je zmanjkalo in **ker je recesija, sem kupila kar Balea v [REDACTED]**. (Ž_16, junij 09)
- **Testenine kupim une poceni od [REDACTED]** ali pa kake druge, kjer cena ne preseže 1 € / kg. Paradižnikova omaka je itak vedno poceni in z začimbami lahko narediš odlično primerjavo tisti dražji, ki ima že vse notri. (M_28, februar 09)
- **Tudi pralni praški iz [REDACTED]** (ki pač niso Ariel in Lenor) **zelo lepo (morda celo lepše) operejo perilo** in nikjer ni dokazov, da so slabše kvalitete kot tvoji. (Ž_99, februar 09)

Vseeno pa se porabniki v času gospodarske recesije včasih nagrajujejo in razvajajo s priboljški:

- Jaz priznam, da grem (kljub recesiji) velikokrat do [REDACTED] in **si privoščim kako drago vino, dober sir in kak kos dobre ribe**. (Ž_39, april)

- Saj to vendar pomeni, da je recesija. Folk enostavno **nima denarja za počitnice in si krajša proste dneve s poceni dnevnimi ali poldnevnimi izleti** - kar obisk živalskega vrta nedvomno je. (Ž_36, maj)
- Jaz verjamem, da si mora **vsak človek kdaj privoščiti nekaj, kar ima rad in obožuje**. Včasih se je treba pač malo razvajati, eni z hrano, eni z masažo. Ni pa s tem nič narobe. (M_18, april)

Porabniki tudi spremljajo poteze trgovcev, saj ne želijo imeti občutka, da gre za lažne akcijske ponudbe ali da se jim trgovci v danih razmerah ne približajo dovolj:

- Sem skoraj siguren, da ne. **Prebrisani trgovci bodo najprej fejest podražili, potem pa dali SUPER AKCIJO.** (M_60, marec 09)
- Danes sem se klatil po trgovinah in kupoval ene usrane kavbojke. Ko jih končno najdem, gospa madam ni hotela ničesar slišati o kakem popustu. **Očitno gre vsem še predobro, da si lahko privoščijo takole delati s strankami.** (M_50, marec 09)
- **Cene v trgovinah kljub temu NE padajo**, nepremičnine nimam pojma ali se dražijo ali padajo, mehaniki imajo še vedno isto ceno za eno uro, rezervni deli za avte so še vedno iste cene, kot pred recesijo, zelenjava na tržnici še vedno visoka ... (M_58, marec 09)

5. sklop: POGLED PORABNIKOV NA RAZVOJ RECESIJE

Zaupanje porabnikov v gospodarsko prihodnost je različno. Porabniki so bili v začetku gospodarske recesije oz. od jeseni lanskega leta do pomladi letošnjega leta kar optimistični, da bo kriza kmalu za nami:

- **Recesije je bolj ali manj konec.** Pozimi in zgodaj spomladi tovornjakov skoraj ni bilo, pa poglejte sedaj. Desni pas je spet poln... (M_52, maj 09)
- Borze bodo še bolj padle, kot so; **počasi, počasi pa se bodo zadeve stabilizirale in pobrale na noge.** Upajmo samo, da čim hitreje, da je ne bomo počasi vsi občutili na svoji koži. (M_68, marec 09)
- Sama osebno sem optimist in verjamem, da se **bo prej ali slej obrnilo na boljše in bo šla krivulja spet navzgor.** (Ž_81, oktober 08)

Trajajoča gospodarska recesija v letu 2009 pa je porabnike naučila, da se bodo negativni učinki najverjetneje kazali dlje časa in je ne bo tako hitro konec:

- Poznam kar nekaj dobrih podjetij oz. ogromno, ki so na robu preživetja in če se ne bo nekaj ukrepalo, bo res za kak mesec brezposelnost narasla za kakih par dobrih procentov. Po mojem mnenju **še sploh nismo doživeli najgloblje krize.** (M_70, avgust 09)
- **Krizi ni videti konca!** Res si ne znam predstavljati, kako bo do novega leta. (M_62, julij 09)
- Umirja? **Šele začela se je dobro.** (M_56, junij 09)

Najpomembnejši premik v miselnosti porabnikov, ki ga je sprožila gospodarska recesija, pa je zagotovo refleksija potrošniških navad in vrednot:

- Sicer pa ta "kriza" **ni samo kriza kapitala. Predvsem vrednot in odnosov.** Morda pa je to **nova priložnost, da se človeštvo nauči še kaj novega.** (M_22, januar 09)
- Eh, bom pa revna. **Sej sem totalno razvajena z vsemi materialnimi stvarmi**, mogoče se pa še kaj dobrega izcimi iz tega. (Ž_54, marec 09)
- **Ni me preveč strah te krize in njenih posledic.** Že dolgo se namreč govori, da se bomo ljudje morali **odlepiti od materialnega sveta in se bolj usmeriti k duhovnemu ... torej ... sedaj je čas.** (Ž_57, marec 09)

Opis metodologije

V poglavju Zaznane spremembe v navadah slovenskih porabnikov sta združena in prepletena dva vira podatkov, ki spremljata ravnanja porabnikov v trenutnih gospodarskih razmerah: Trženjski monitor DMS, reprezentativna raziskava porabnikov, starih od 18 do 65 let in netografska študija, katere namen je bil kvalitativno podpreti in poglobiti izsledke Trženjskega monitorja DMS. Kratek opis obeh raziskav je v nadaljevanju.

Trženjski monitor DMS

Trženjski monitor je v nov kazalnik na slovenskem trgu, ki je nastal v okviru Društva za marketing Slovenije (DMS) ob pomoči družbe Valicon kot odgovor na spremenjene pogoje poslovanja. Izvajajo ga dvakrat letno, spomladi in jeseni. Z njim želijo spremljati dogajanja tako z vidika vedenja in odločanja porabnikov kot tudi podjetij, v katerih se osredotočajo na področje trženja in njegovega razvoja. S tem želijo trženjski stroki in slovenski javnosti podati vpogled v trenutna, v prihodnosti pa tudi v času primerljiva trženjska dogajanja med porabniki in podjetji.

Raziskava med porabniki je bila izvedena med 16. in 30. marcem 2009 (1. val, n=1000) in med 23. in 30. septembrom 2009 (2. val, n=1004) na nacionalno reprezentativnem vzorcu oseb, starih med 18 in 65 let. Podatki so bili zbrani s telefonskim anketiranjem (CATI). Izvajalec raziskave je podjetje Valicon. Izvajalec je bil izbran na podlagi razpisa med vsemi agencijami, člani strokovnega sveta sekcije raziskovalcev pri DMS.

Netografija

Netografija je izvorno antropološka kvalitativna interpretativna metoda, ki je nastala z namenom študije spletnih skupnosti in zaradi široke uporabe interneta v novem tisočletju postala okno v resnični svet uporabnikov spleta. Netografija preko analize vsebine oz. pomena relevantnih komentarjev obiskovalcev slovenskih forumov in blogov omogoča poglobljeno študijo informacij o trgu in porabnikih ter zgodnjo identifikacijo trendov in poslovnih idej.

V analizo je bilo vključenih 29 različnih slovenskih forumov in blogov, na katerih se je odvijala diskusija na temo potrošnje v recesiji v obdobju zadnjih 12 mesecev: od oktobra 2008 do septembra 2009. Nabor virov se je širil do te mere, da je bilo za analizo na razpolago zadostna količina citatov, ki so pokrivali vse teme iz raziskave Trženjski monitor DMS. Slovenski porabniki, ki so svoje izkušnje delili na spletu, so heterogeni po spolu, starosti in življenjskem stilu. V analizo so bile vključene razprave in razmišljanja 100 žensk in 70 moških, skupaj 170 slovenskih porabnikov. Izvajalec netografije je podjetje Memo Institut, naročnik pa podjetje Arhea Solutio za Trgovinsko zbornico Slovenije.