

Otroci so naše bogastvo (tako ali drugače)

... več kot milijon evrov na teden samo za žepnine

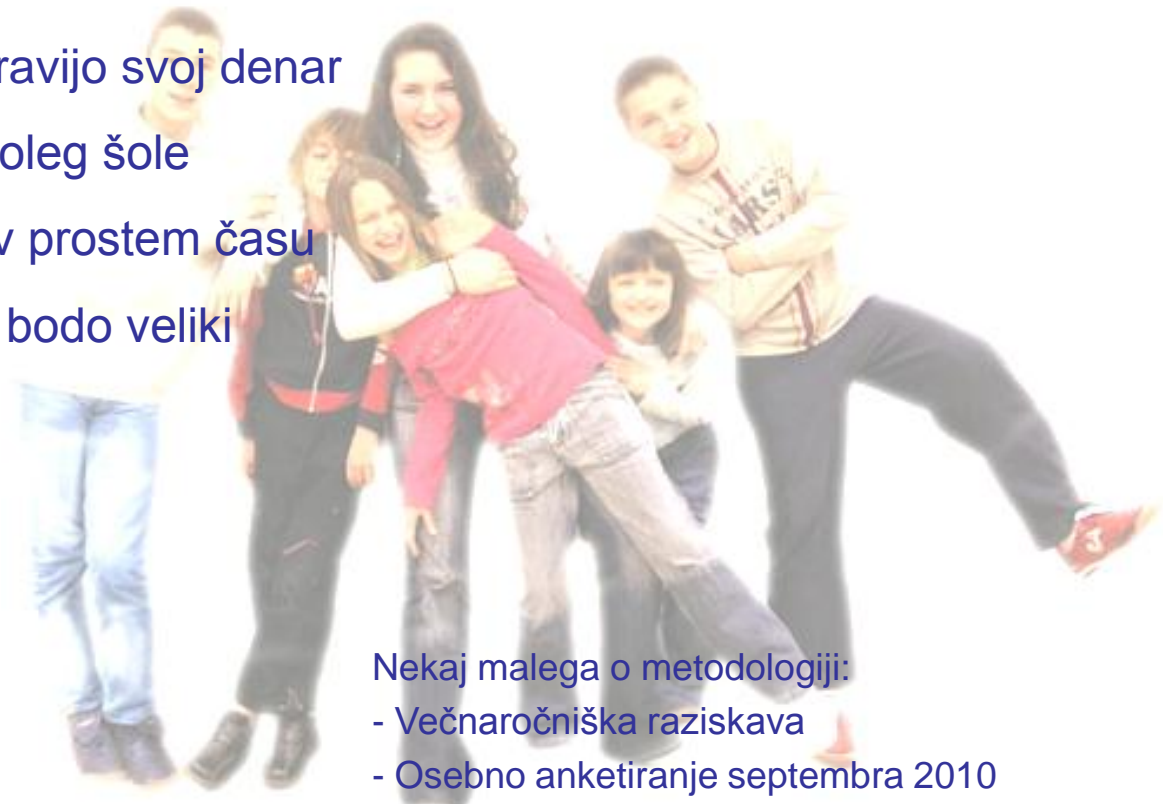
Lenka Hrastar
Damjana Kocjanc Fajfar



Otroci, stari 9 do 16 let

Več kot 185.000 → 9,4% populacije

- ... za katere stvari zapravijo svoj denar
- ... s čim se ukvarjajo poleg šole
- ... kaj najraje počnejo v prostem času
- ... kaj želijo postati, ko bodo veliki



Nekaj malega o metodologiji:

- Večnaročniška raziskava
- Osebno anketiranje septembra 2010
- Reprezentativen vzorec 750 anketirancev

Imajo precejšen vpliv na nakupe v družini

... predvsem pri izdelkih in storitvah za lastno uporabo
... pa tudi družinskih nakupih

znaten ali zelo velik vpliv otrok na nakup ...



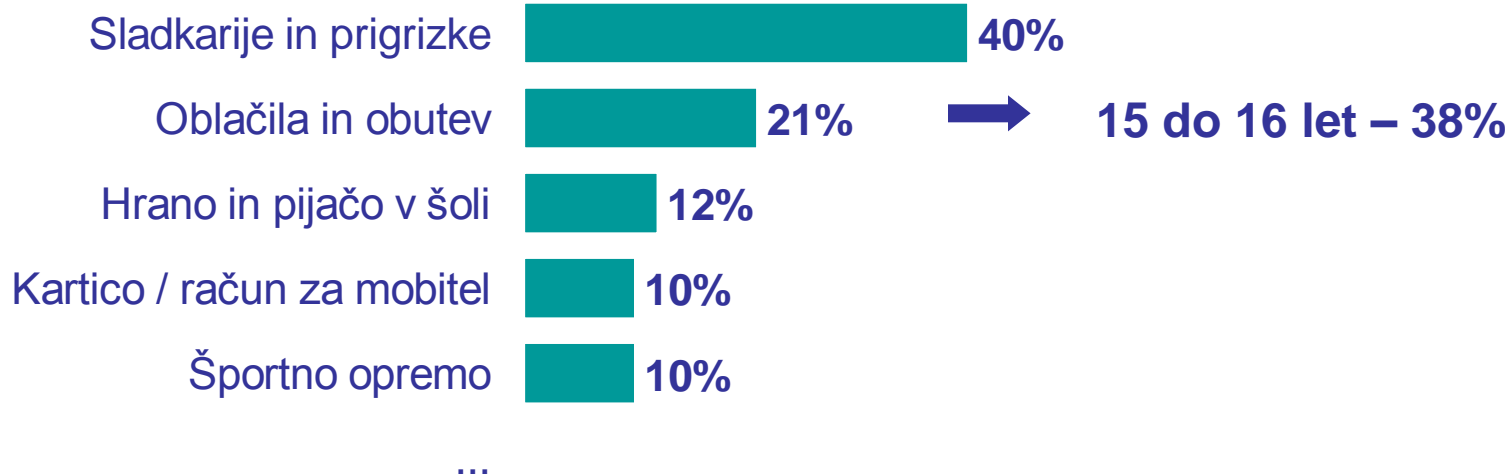
33% otrok redno dobiva žepnino

... največ otrok dobiva od 6 do 10 evrov tedensko

... 15 do 16 let - skoraj 20% prejema več kot 20 evrov tedensko



Največ denarja porabijo za ...



28% starih 15 do 16 let je že samostojno zaslužiło

... 48% jih bo (so) financiralo opravljanje voziškega izpita

Kdo bo financiral opravljanje voziškega izpita ...

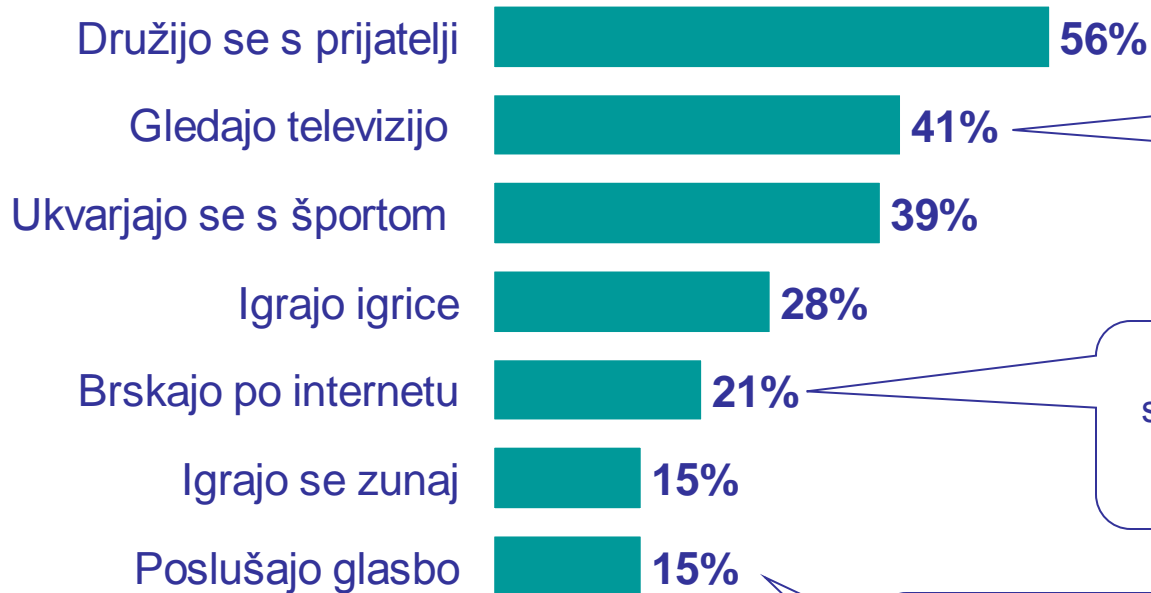


73% otrok ima vsaj eno interesno dejavnost

... vendar ta delež s starostjo pada



V prostem času se najraje družijo s prijatelji



Najraje gledajo tuje filme, na drugem mestu so resničnostni šovi

Najpogosteje obiskujejo socialna spletna omrežja, na drugem mestu so on-line igrice

Najljubša domača skupina je Siddharta, med tujimi glasbeniki je na prvem mestu Lady Gaga



Večina otrok ve, kaj želijo postati, ko odrastejo

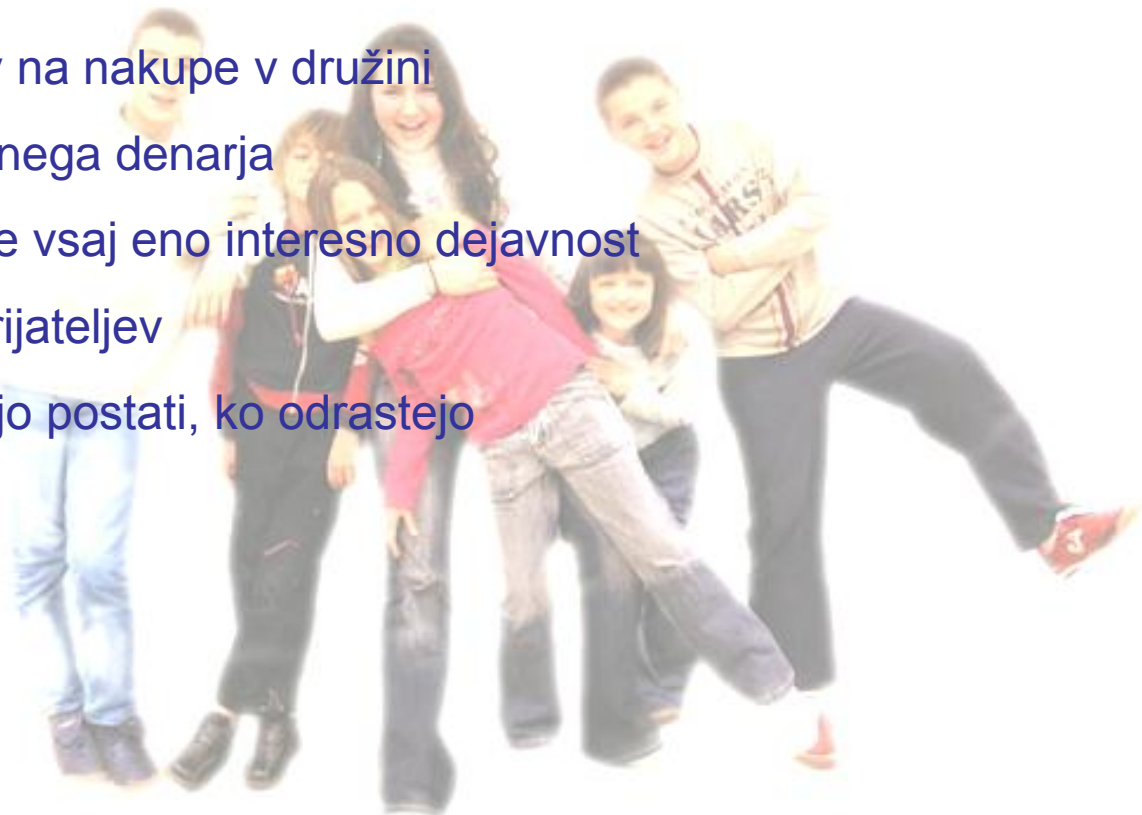


VIR: www.fancy-dress-costumes

Otroci, stari 9 do 16 let

Več kot 185.000 → 9,4% populacije

- ... imajo precejšen vpliv na nakupe v družini
- ... imajo tudi precej lastnega denarja
- ... večina ima poleg šole vsaj eno interesno dejavnost
- ... najraje so v družbi prijateljev
- ... večina jih ve, kaj želijo postati, ko odrastejo



- METODOLOGIJA:
 - Raziskava se je izvedla na vzorcu otrok, **starih od 9 do 16 let.**
 - **Anketiranje je potekalo osebno**, na domu anketirancev.

- VZOREC:
 - Nacionalno **reprezentativen** – po spolu, starosti in regiji
 - **Velikost vzorca: 750 anketirancev**

- VPRAŠALNIK: vprašalnik je prilagojen starosti anketiranih otrok.
 - Maksimalna dolžina vprašalnika je bila od 20-30 minut.
 - Za vsako izpolnjeno anketo se je **pridobilo tudi privoljenje otrokovega starša.**

- **Segmentacija:** razdelitev otrok v skupine glede na njihov življenjski stil (velikost, struktura in značilnosti posameznega segmenta oz. skupine)
- **Prosti čas:** najljubši način preživljanja prostega časa, najljubše igranje oz. igre za preživljanje prostega časa, obiskovanje zabav, interesne dejavnosti izven šole, kaj želijo otroci postati, ko odrastejo
- **Medijska potrošnja:** najljubše vsebine na TV, gledanje risank in najljubše risanke, priklic, prepoznavanje ter branje otroških revij in časopisov, branje revij in časopisov za odrasle
- **Šport in glasba:** poslušanje glasbe ter najljubši domači in tuji glasbeniki, najljubši šport in poznavanje športnih prireditev
- **Potrošnja, varčevanje, želje:** prejemanje in znesek žepnine, varčevanje na splošno in v banki, opravljanje plačanega dela, otrokove želje pri nakupovanju s straši in pri samostojnih nakupih, rojstnodnevna oz. božična želja
- **Svet računalnikov, interneta in mobilne telefonije:** uporaba računalnika, namen uporabe računalnika, namen uporabe interneta, najpogosteje obiskane spletne strani, uporaba komunikacije preko interneta, posedovanje mobilnega telefona, namen uporabe mobilnega telefona, znamka mobilnega telefona, kdo je izbral znamko, operater, način plačevanja, mesečna poraba, sodelovanje v sms nagradnih igrah
- **Hrana in pijača:** uživanje zajtrka preko tedna, najljubši in običajen zajtrk, kupovanje šolske malice (dobi v šoli ali kupuje sam/a), kupovanje in konzumiranje sladkarij in prigrizkov, najljubše sladkarije in prigrizki, žvečilni gumiji (kdaj in katero znamko), bomboni (kdaj in katero znamko), najljubši sokovi in pijače, najljubše cola pijače, pogostost pitja različnih vrst kave
- **Kozmetika:** samostojno nakupovanje kozmetike, uporaba blagovnih znamk za različne kozmetične izdelke (šampon, balzam, gel za lase, gel za prhanje, čistilni tonik/gel proti aknam, krema za obraz, krema proti mozoljem, glos za ustnice, korektor)



Ipsos Slovenija

Šmartinska 152, 1000 Ljubljana
tel. 059 02 68 00

www.ipsos.com

lenka.hrastar@ipsos.com