

ARAGON | =

RAZISKOVANJE IN NAČRTOVANJE, d.o.o.

The Good, the Bad and the Ugly.

Kako danes spodbuditi potrošnike k nakupu

Hočevar Janko

Gril Toni

Korošec Samo

Bajde Jernej

Ljubljana, marec 2009

» Preprosto smo postali pesimisti, bojimo se prihodnosti, nadaljnjega padca cen, bojimo se za službo, za višino plače, zato manj trošimo, hranimo denar... premik se bo zgodil samo s ponovno večjo potrošnjo in investicijsko aktivnostjo.«

Bine Kordež (predsednik uprave, Merkur)

»... gospodinjstva niso finančno izčrpana [...]. Obstaja strah, zato gospodinjstva ne trošijo.«

Matjaž Kovačič (predsednik uprave, Nova KBM)



Franc Križanič, minister za finance
(Odmevi, 5.3. 2009)

»Devetdeset odstotkov te krize predstavlja strah ljudi, ostalo pa prilagajanje padcu vrednosti delnic, ki so bile prenapihnjene.«

Franc Križanič (minister za finance)

» Kot smo bili prej optimisti, da bodo stvari šle samo navzgor, tako se je sedaj med vse preselil strah, pesimizem, ko se ne vidi izhoda – in to krizno stanje samo še pogloblja.«

Bine Kordež (predsednik uprave, Merkur)



Matej Lahovnik, minister za gospodarstvo
(Odmevi, 17.3. 2009)

“...ostajajo doma, varčujejo in ne zapravljajo. Takšno obnašanje potrošnikov pa lahko recesijo spremeni v depresijo.”

Chris Rupkey (Chief Financial Economist, Bank of Tokyo-Mitsubishi)

»Soočeni s tem silovitim izbruhom [slabih novic] se za iskanje rešitev oziramo na dejanja tistih okoli nas. “Čredna miselnost” je bolj izrazita kot kdajkoli.«

Daniel Howard (Professor of Marketing, SMU Dallas)

»Vedno smo govorili o zaupanju potrošnikov, vendar pa je v preteklem letu poudarek prešel na njegovo nasprotje - strah. Če je zaupanje potrošnikov pomembno (in je eden ključnih ekonomskih indikatorjev), potem je potrebno spremeniti miselnost, da se nam v ekonomskem smislu bliža konec sveta.«

George Belch (Professor of Consumer Behavior, SDSU)

»Psihologija recesije postane samoizpolnjujoča se prerokba - če se počutimo slabo, se stvari dejansko poslabšajo.«

Glen Hodgson (Chief Economist, Conference Board of Canada)

»Psihološki dejavniki pomenijo, da lahko pretirano reagiramo na slabe novice, kar pripomore k nadaljni izgubi zaupanja in poveča tveganje za nastanek padajoče spirale ekonomije.«

Glen Hodgson (Chief Economist, Conference Board of Canada)

»Najti moramo pozitivno iskrico, ki je zasidrana v realnosti in ki nam bo povedala, da je konec slabih časov blizu. Kakor hitro se bo to uveljavilo, bomo priča valu, ki bo prepravil miselnost potrošnikov in prišlo bo do preobrata.«

Daniel Howard (Professor of Marketing, SMU Dallas)



Franklin D. Roosevelt
(inavguracijski govor med Veliko depresijo)

2017-634

Eksperiment

Choice Based Conjoint (CBC / HB*)

- Načrt:
 - 8 atributov, vsak 3 nivoje
 - 100 verzij vprašalnika
 - Število nalog, 6
 - Število konceptov na nalogo, 3
 - Dual response NONE

Vzorec, n = 300

Atributi in nivoji

“Osebni dejavniki”

- Zaposlitev
 - (Nima; Je ogrožena; Je varna)
- Prihranki
 - (Nima; Kopnijo; Rastejo)
- Borza / Skladi
 - (Nima vložkov; Se zmanjšujejo; Se povečujejo)
- Obveznosti (do bank / zavarovalnic)
 - (Rastejo; Se zmanjšujejo; Nima)

“Zunanji dejavniki”

- BDP v državi
 - (Pada; Stagnira; Raste)
- Borzni indeksi
 - (Padajo; Se ne spreminjajo; Rastejo)
- Število stečajev v državi
 - (Pada; Stagnira; Raste)
- Izvoz SLO gospodarstva
 - (Pada; Stagnira; Raste)

**Hierarchical Bayes*

Eksperiment

V teh časih se ljudje omejujejo pri nakupih večjih vrednosti. Spodaj so navedeni trije takšni nakupi večje vrednosti. Zavedamo se, da spisek ni izčrpen.

Pa vendar, kateremu nakupu bi se ljudje v teh časih najprej odpovedali?

- Nakupu novega Full HD LCD televizorja diagonale 107 cm priznane blagovne znamke
- Družinskim poletnim počitnicam v tujini
- Nakupu novega hladilnika višjega cenovnega razreda priznanega proizvajalca

Eksperiment

V teh časih se ljudje omejujejo pri nakupih večjih vrednosti. Spodaj so navedeni trije takšni nakupi večje vrednosti. Zavedamo se, da spisek ni izčrpen.

Pa vendar, kateremu nakupu bi se ljudje v teh časih najprej odpovedali?

- Nakupu novega Full HD LCD televizorja diagonale 107 cm priznane blagovne znamke

65 %

- Družinskim poletnim počitnicam v tujini

18%

- Nakupu novega hladilnika višjega cenovnega razreda priznanega proizvajalca

17%

CBC, izbirna naloga

Kontekst:

Katera oseba bi si po vašem mnenju prej privoščila

- *Nakup novega Full HD LCD televizorja diagonale 107 cm priznane blagovne znamke*
- *Družinske poletne počitnice v tujini*
- *Nakup novega hladilnika višjega cenovnega razreda priznanega proizvajalca*

Katera oseba bi si po vašem mnenju prej privoščila [SCRIPT]:

Jože	Janez	Franc
Njegova osebna situacija	Njegova osebna situacija	Njegova osebna situacija
Njegova zaposlitev je varna	Njegova zaposlitev je ogrožena	Nima zaposlitve
Njegovi prihranki v banki kopnijo	Njegovi prihranki v banki rastejo	V banki nima prihrankov
Njegovi vložki na borzi oz. vzajemnih skladih se povečujejo	Njegovi vložki na borzi oz. vzajemnih skladih se zmanjšujejo	Nima vložkov na borzi oz. vzajemnih skladih
Njegove mesečne obveznosti do bank in zavarovalnic se zmanjšujejo	Njegove mesečne obveznosti do bank in zavarovalnic rastejo	Nima nobenih mesečnih obveznosti do bank in zavarovalnic
Jože v medijih zasledi ...	Janez v medijih zasledi ...	Franc v medijih zasledi ...
BDP v državi je stabilen / stagnira	BDP v državi raste	BDP v državi pada
Borzni indeksi padajo	Borzni indeksi se ne spreminjajo	Borzni indeksi rastejo
Število stečajev v državi raste	Število stečajev v državi stagnira	Število stečajev v državi pada
Izvoz slovenskega gospodarstva pada	Izvoz slovenskega gospodarstva stagnira	Izvoz slovenskega gospodarstva pada
Izberi ▶ <input type="radio"/> Jože	<input type="radio"/> Janez	<input type="radio"/> Franc

Sedaj pa pomislite na svoje dohodke.

Če bi bili vi osebno v takšni situaciji kot oseba, ki ste jo izbrali, ali bi tudi vi tako ravnali?

- Da
 Ne

CBC, izbirna naloga

- Vsak respondent je imel 6 izbirnih nalog
- Vsaka izbirna naloga je imela 3 koncepte
- Dual response NONE načrt
- Skupaj 600 različnih nalog
- Skupaj 1.800 različnih konceptov
- 3.600 izbir

Katera oseba bi si po vašem mnenju prej privoščila [SCRIPT]:

Jože	Janez	Franc
Njegova osebna situacija	Njegova osebna situacija	Njegova osebna situacija
Njegova zaposlitev je varna	Njegova zaposlitev je ogrožena	Nima zaposlitve
Njegovi prihranki v banki kopnijo	Njegovi prihranki v banki rastejo	V banki nima prihrankov
Njegovi vložki na borzi oz. vzajemnih skladih se povečujejo	Njegovi vložki na borzi oz. vzajemnih skladih se zmanjšujejo	Nima vložkov na borzi oz. vzajemnih skladih
Njegove mesečne obveznosti do bank in zavarovalnic se zmanjšujejo	Njegove mesečne obveznosti do bank in zavarovalnic rastejo	Nima nobenih mesečnih obveznosti do bank in zavarovalnic
Jože v medijih zasledi ...	Janez v medijih zasledi ...	Franc v medijih zasledi ...
BDP v državi je stabilen / stagnira	BDP v državi raste	BDP v državi pada
Borzni indeksi padajo	Borzni indeksi se ne spreminjajo	Borzni indeksi rastejo
Število stečajev v državi raste	Število stečajev v državi stagnira	Število stečajev v državi pada
Izvoz slovenskega gospodarstva pada	Izvoz slovenskega gospodarstva stagnira	Izvoz slovenskega gospodarstva pada
Izberi ▶ <input checked="" type="radio"/> Jože	<input type="radio"/> Janez	<input type="radio"/> Franc

Sedaj pa pomislite na svoje dohodke.

Če bi bili vi osebno v takšni situaciji kot oseba, ki ste jo izbrali, ali bi tudi vi tako ravnali?

- Da
 Ne

Eksperiment

6.561 možnih scenarijev

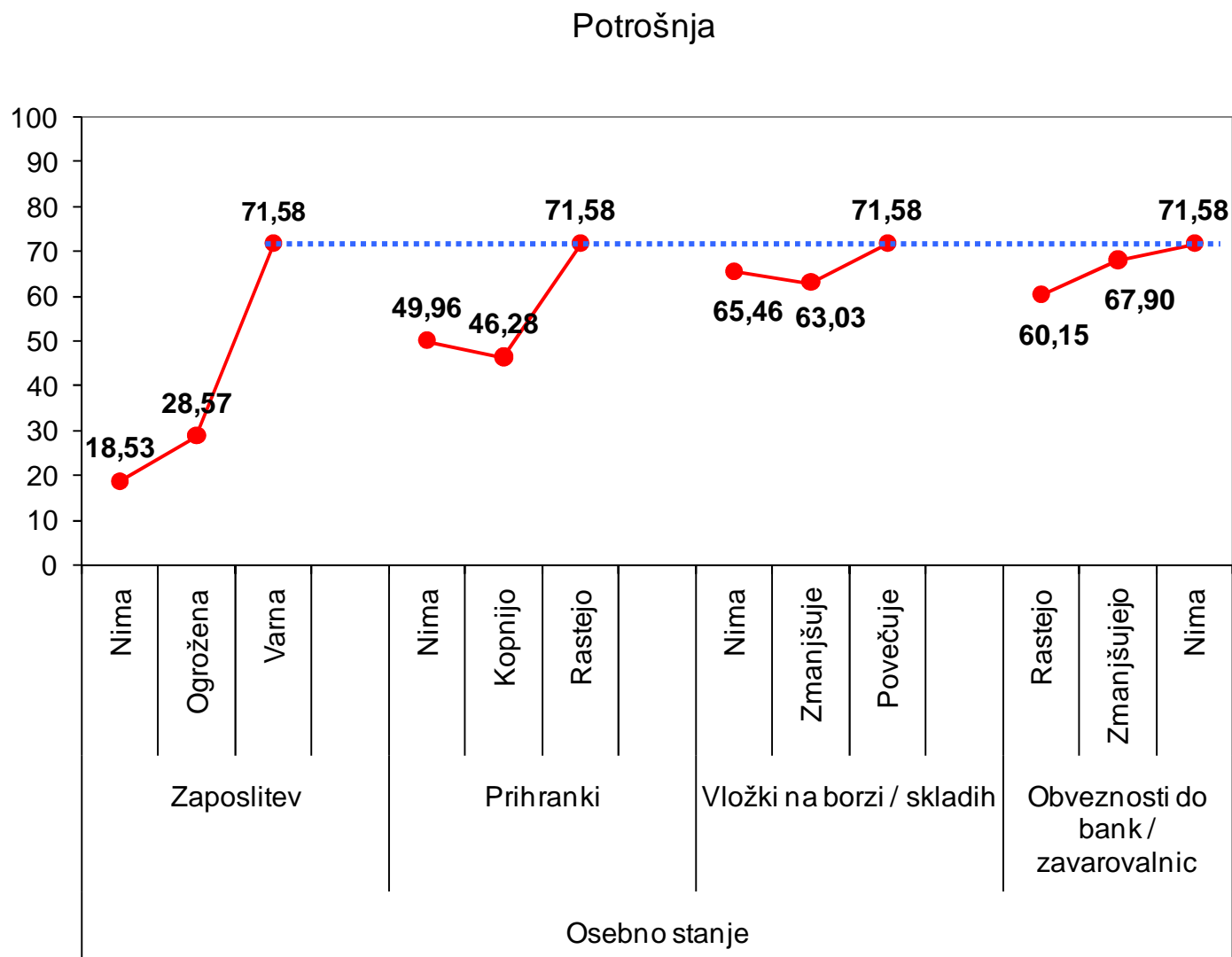
Najbolj ugoden scenarij:

Ima varno zaposlitev; Prihranki rastejo; Vložki na borzi / skladih se povečujejo;
Nima obveznosti do bank / zavarovalnic; BDP raste; Borzni indeksi rastejo;
Število stečajev se zmanjšuje; Izvoz raste

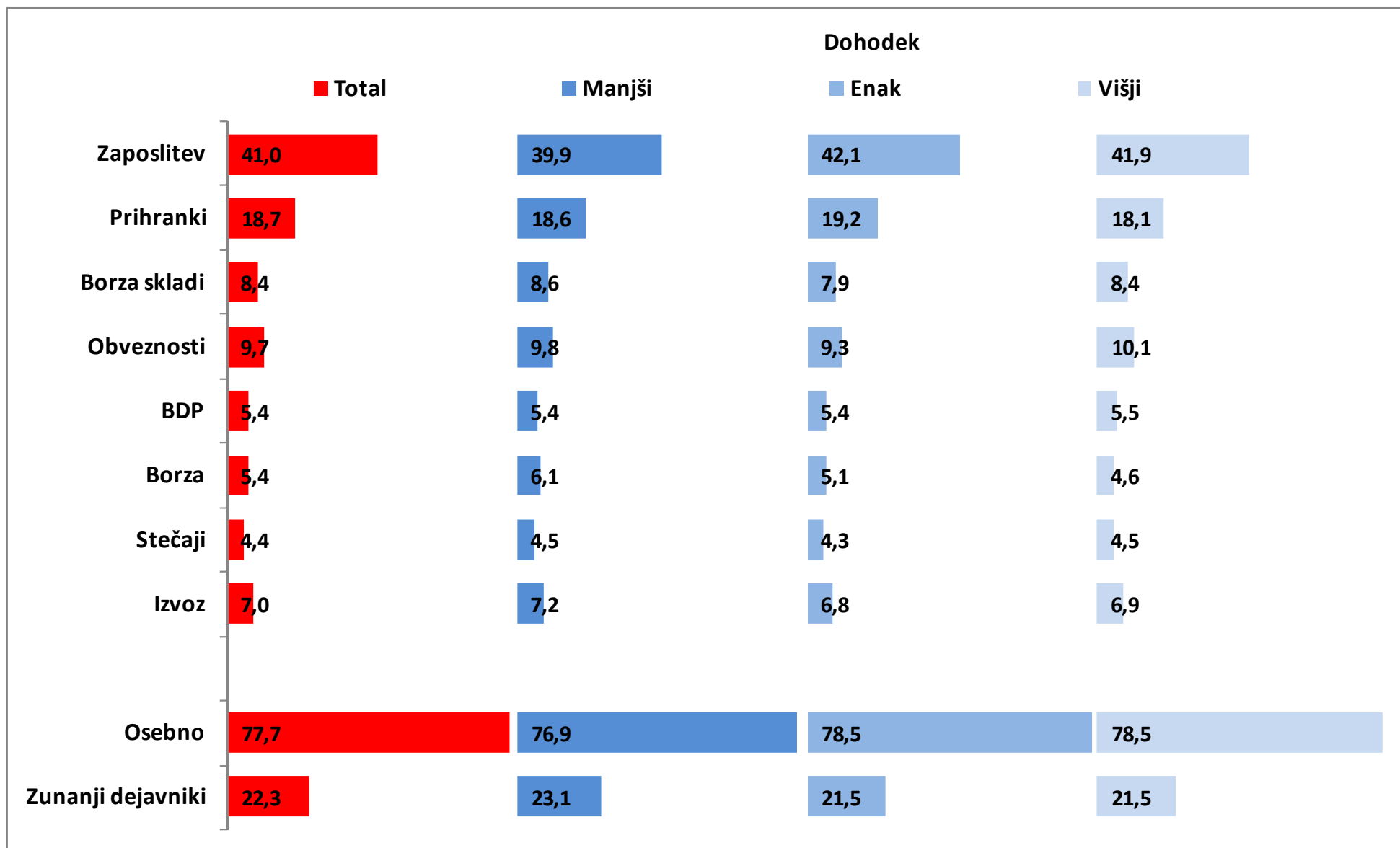
71,58 % respondentov bi “trošilo”

28,42 % respondentov ne bi “trošilo”

Ob najbolj ugodnem scenariju bi “trošilo” 71,58% respondentov



Kaj je pomembno?



Predpostavka

Padec “potrošnje” za 40%

Število scenarijev, ki ustreza temu padcu (-40%): 64

Kaj bi spodbudilo večjo “potrošnjo”?

“Večanje potrošnje”:

- Padec -40% (+ / - 1%), število ustreznih scenarijev: 52
- Padec -30% (+ / - 1%), število ustreznih scenarijev: 70
- Padec -20%, (+ / - 1%) število ustreznih scenarijev: 43
- Padec -10%, (+ / - 1%) število ustreznih scenarijev: 27
- Padec -5%, (+ / - 1%) število ustreznih scenarijev: 10

K večji potrošnji

6.561 možnih scenarijev

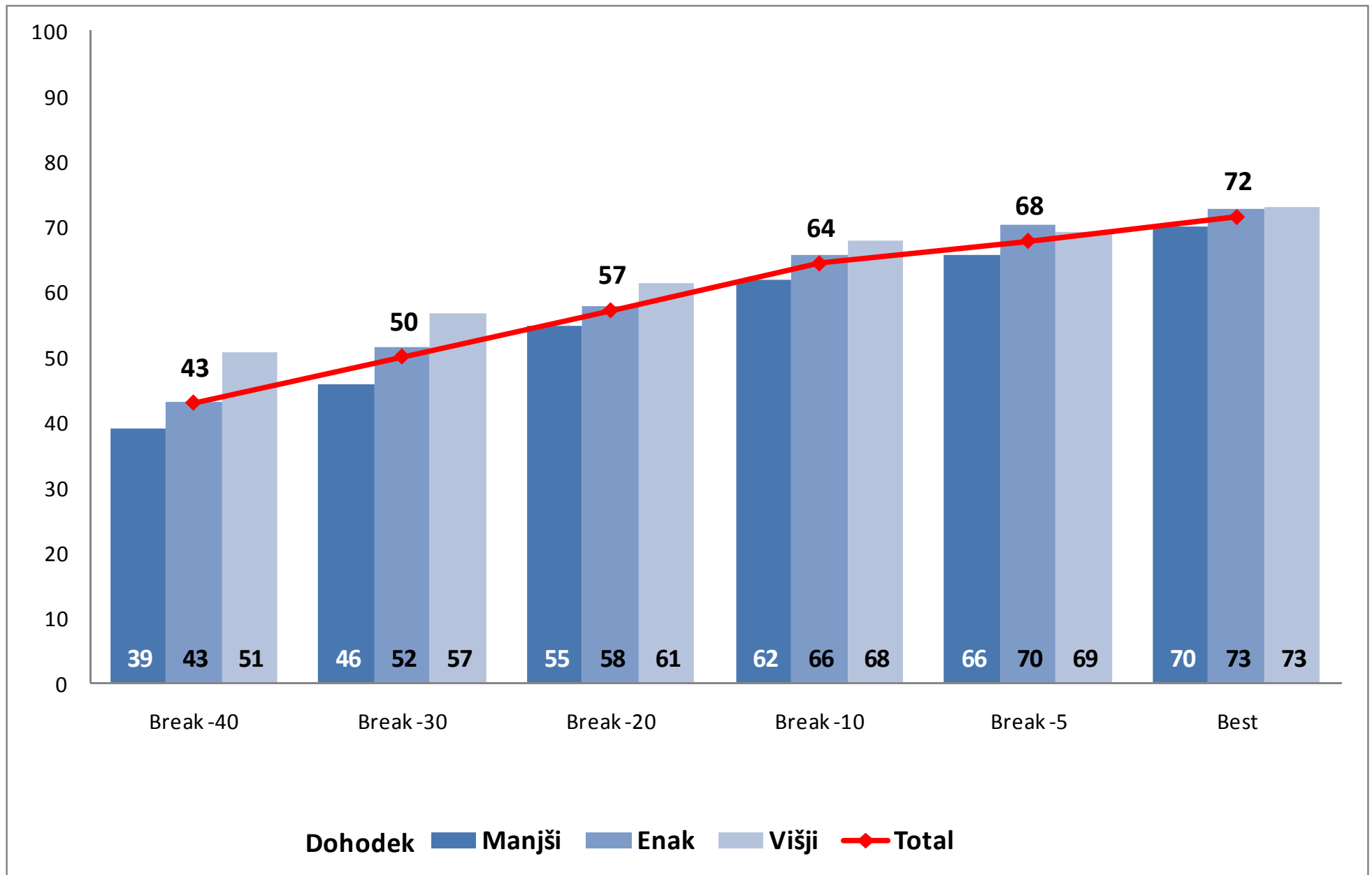
Število scenarijev, kjer je padec “potrošnje” manjši od 40%:

703

Število scenarijev, kjer je padec “potrošnje” večji od 40% :

5.858

K večji potrošnji



6.561 možnih scenarijev



The Good

11 %



The Bad

12%



The Ugly

77%

6.561 možnih scenarijev



The Good

11 %

Padec

Potrošnje

$\leq 40\%$



The Bad

12%

$>40\% \leq 60\%$



The Ugly

77%

$>60\%$

6.561 možnih scenarijev



The Good

11 %

Padec
Potrošnje

$\leq 40\%$

Vse je
O.K.:

Varna zaposlitev



The Bad

12%

$>40\% \leq 60\%$

Zaposlitev je ogrožena



The Ugly

77%

$>60\%$

Nimam zaposlitve

Za konec

Najbolj ugoden scenarij ne pomeni 100% “potrošnje”.

“Zunanji” dejavniki imajo malenkost večji vpliv na “potrošnjo” pri respondentih z nižjimi dohodki.

“Osebni finančni” dejavniki dominirajo pri pripravljenosti “potrošnje”.

Ogroženost zaposlitve drastično zmanjša pripravljenost na “potrošnjo”.

Slabe **novice** o makroekonomskem položaju imajo le nekaj več kot četrtinski vpliv na “potrošnjo”

... in v razmislek

Povečevanje brezposelnosti pomeni uresničitev negativnih scenarijev

“Čakalnica” kot učinkovit ukrep proti uresničitvi samoizpolnjujoče se prerokbe

ARAGON | =

RAZISKOVANJE IN NAČRTOVANJE, d.o.o.