

»Mladi za napredek Maribora 2018«

35. srečanje

NAKUPOVALNE NAVADE

GEOGRAFIJA

RAZISKOVALNA NALOGA

Avtor: NIK PROSENJAK
Mentor: HELENA ROŠKER ŠTOK
Šola: OŠ DRAGA KOBALA MARIBOR

Maribor, februar 2018

»Mladi za napredek Maribora 2018«

35. srečanje

NAKUPOVALNE NAVADE

GEOGRAFIJA

RAZISKOVALNA NALOGA

Maribor, 2018

1	POVZETEK.....	5
2	ZAHVALA:.....	5
3	NAMEN NALOGE:	6
4	HIPOTEZE:	6
5	METODOLOGIJA:.....	6
6	UVOD:.....	7
7	TRGOVINA:	8
7.1	WTO (STO).....	9
7.2	TRGOVINA V SLOVENIJI	10
7.2.1	MERCATOR	10
7.2.2	TUŠ.....	11
7.2.3	SPAR SLOVENIJA.....	12
8	MESTNA ČETRRT KJER ŽIVIM – POBREŽJE	13
8.1	TRGOVINE NA POBREŽJU.....	14
9	EMPIRIČNI DEL.....	16
10	RAZPRAVA	28
11	ZAKLJUČEK.....	30
12	DRUŽBENA ODGOVORNOST.....	30
13	PRILOGA.....	31
14	SPLETNI VIRI - INTERNET	34
15	VIRI SLIK.....	35

Graf 1: Starost anketirancev.....	16
Graf 2 Koliko članov šteje družina	17
Graf 3 Koliko znaša vaš mesečni neto dohodek v družini	18
Graf 4 Kako pogosto nakupujete	19
Graf 5 V katerih trgovinah redno nakupujete prehranske izdelke	19
Graf 6 Se vam zdi poreklo prehranskega izdelka pomembno.....	21
Graf 7 V kateri trgovini najmanj pogosto nakupujete.....	22
Graf 8 Se kdaj odločate za nakup na podlagi reklam.....	23
Graf 9 Koliko po navadi porabite za hrano na mesec	24
Graf 10 Se vam zdi, da bi morale biti trgovine ob nedeljah zaprte	25
Graf 11 Koliko časa približno traja vaš nakup	26
Graf 12 Ali prehranske izdelke nakupujete preko spleta.....	27

Slika 1 Logotip WTO	9
Slika 2 Logotip Mercator.....	11
Slika 3 Logotip Tuš.....	12
Slika 4 Logotip Spar Slovenija	13

Tabela 1 primerjava slovenskih izdelkov	15
---	----

1 POVZETEK

Nakupovalne navade prebivalcev se spreminjajo. Dejstvo je, da nas reklame nagovarjajo k nakupovanju. V delu mesta kjer živim, je veliko trgovin. V vseh trgovinah vidimo veliko gnečo. Opažam, da imajo nekatere trgovine večjo gnečo, kot druge. Zanimajo me nakupovalne navade ljudi, ki živijo v tem delu mesta in kje se oskrbujejo s katerimi stvarmi. Zanima me povezava med dohodkom in izbiro trgovine potrošnika. Mislim, da diskontnih trgovinah kupujejo ljudje z nižjimi dohodki. Zanima me tudi stereotip ali so diskontne trgovine slabše od ostalih. Da bom prišel do ustreznih odgovorov, se bom odpravil na teren in izvedel anketo.

2 ZAHVALA:

Rad bi se zahvalil učiteljici, ki mi je pomagala pri celotni raziskovalni nalogi, staršem otrok naše šole za reševanje ankete in velik prispevek k moji nalogi. Zahvaljujem se tudi svojim staršem za vzpodbudo skozi celotno moje delo.

3 NAMEN NALOGE:

Po pogovoru, ki sem ga imel v šoli, sem postal bolj pozoren na kupce v trgovinah. Začel sem se spraševati, ali se razlike med ljudmi kažejo tudi v njihovih nakupovalnih navadah. Ali je res, da so nekateri izdelki boljši samo zato, ker so bolj reklamirani in prepoznavni? So boljši zato, ker stojijo za njimi znane korporacije? Opazoval sem ljudi na obrobju mesta kjer živim in se spraševal ali se človekove nakupovalne navade razlikujejo po tem, v kateri trgovini nakupujejo. V nalogi me zanima če se nakupovalne navade razlikujejo tudi glede na dohodke ljudi in ali so jim pomembne znamke in mesto pridelave (pridelano v Sloveniji ali ne). Zanimajo me cene slovenskih osnovnih živilskih izdelkov in ali so res previsoke. Odgovore bom poiskal na različne načine. V trgovini bom bolj pozoren na cene izdelkov in jih primerjal. Poiskal bom odgovore na vprašanja, kjer so podobne raziskave že bile napravljene. Pri nekaterih vprašanjih se bom obrnil po pomoč staršev naše šole. Morda me bodo odgovori presenetili ali pa sem takšne odgovore pričakoval, bom ugotovil na koncu moje naloge.

4 HIPOTEZE:

1. Izbira trgovin se razlikuje glede na višino dohodkov.
2. Tuš kot trgovec s slovenskimi izdelki ni priljubljen.
3. Potrošnikove navade se spreminjajo glede na višino dohodkov.
4. Nakupovalci se ne ozirajo ali je izdelek slovenski ali ne.

5 METODOLOGIJA:

O nalogi se bom pogovoril z mentorico. Pregledal bom spletne vire ter literaturo o nakupovalnih navadah. Določil bom hipoteze, na podlagi teh pa pripravil anketni vprašalnik, na katerega bodo odgovarjali starši otrok naše šole. Opravil se bom tudi na teren in primerjal cene določenih izdelkov. Nato bom rezultate prikazal z grafikoni, jih analiziral in potrdil ali ovrgel hipoteze.

6 UVOD:

Verjamem, da imajo ljudje skoraj v vsakem okraju, deželi, državi drugačne nakupovalne navade. V delu mesta kjer živim je izbira prehrambno – živilskih trgovin zelo velika. Nekatere trgovine imajo veliko gnečo, nekatere nekoliko manj. Nekatere trgovine skušajo s svojimi reklamami ali slogani pritegniti in spremeniti nakupovalne navade ljudi. V različnih letakih nagovarjajo svoje potencialne potrošnike. Vabijo s karticami zvestobe, popusti, oglašujejo o prednostih svojih izdelkov. Takšnih reklam je veliko in vedno se poskušaj spomniti nečesa novega.

Kaj pa sploh so nakupovalne navade? To so navade nakupovanja ljudi. Nakupovalne navade se pa lahko spreminjajo zaradi različnih stvari. Naletel sem na podatek, kjer so v kratki raziskavi odkrivali nakupovanje v mesecu decembru 2017. Ugovorili so, da je bila v trgovini na drobno za 17,3 % višja prodaja kot v ostalih mesecih. Ugotavljajo, da se prodaja v mesecu decembru vsako leto večja. Decembrsko nakupovalno mrzlico želijo izkoristiti trgovine in podjetniki. Na prazničen december se morajo dobro pripraviti. Če ugotavljajo, da Slovenci pri prodaji neživilskih izdelkov nismo ravno vodilni, smo na vodilnem mestu po potrošnji hrane. Decembra očitno Slovenci pri hrani ne varčujemo. (vir 11)

Nakupovalne navade že dolgo niso več preproste. Na to vpliva mnogo različnih faktorjev s katerimi se vsak kupec sreča. Impulzivnih nakupov skorajda ni oziroma jih je zelo malo. Impulziven nakup je takrat, ko se stranka za nakup odloči po vstopu v trgovino kljub odsotnosti potrebe po izdelku. So pa toliko bolj pogosti daljši procesi, ob katerih stranka pretehta svojo odločitev in se na podlagi odločitev odloči za nakup. Veliko ljudi se pred nakupom določenega izdelka pozanima o tem na spletu in s tem pretehta prednosti in slabosti tega nakupa. Pri ljudeh je pomembno, da so glavne informacije na prvi strani. (vir 1)

Menim, da je razlika med tem ali kupuješ živila, ali kupuješ karkoli večjega, kar ni tako nujno potrebno. Človek je navajen jesti vsak dan. Zato je pomembno kaj kupujemo in kje kupujemo.

7 TRGOVINA:

Beseda trgovina je ponujanje blaga in storitev za plačilo ali drugo blago. O popolni trgovini govorimo takrat, ko se podjetje ali posameznik ukvarja izključno in samo z posredovanjem blaga. Trgovci blago kupijo, prevažajo, in prodajajo brez, da bi blago predelali, poškodovali ali ga nadgradili ali popravili. Prvi stiki med ljudmi so bili prav trgovski stiki. Danes smo zaradi trgovine na pragu globalizacije. (vir 2)

Najpomembnejša trgovska organizacija je WTO (World Trade Organization).

Najpogostejša slovnična napaka je uporaba besede »trgovina« za prodajalno. Trgovina je namreč le poimenovanje dejavnosti, ne more se pa s to besedo poimenovati konkretno mesto, kjer se dejavnost opravlja. Takšno mesto imenujemo prodajalna in ne trgovina. (vir 2)

Trgovina se je začela že globoko v zgodovini. Vendar so se ljudje najprej začeli ukvarjati z trgovino kot menjalnico. Komaj v 8. ali 9. stoletju se je začela trgovina kot jo poznamo danes. Nekje v 15. stoletju so se začele uporabljati prodajalne. Prej je trgovanje potekalo predvsem na mestnih trgih in trgih. V Sloveniji se je prva samopostrežna prodajalna odprla komaj leta 1959 z imenom »V Kozolcu«

Prvi samopostrežni supermarket v Sloveniji pa se odprli leta 1961 v Ljubljani. Imenoval se je »trgovina Prehrana«. Stala je v Cigaletovi ulici. Vsak dan se je v njo že ob odprtju vsula velika množica ljudi. V tej trgovini so prodajali izdelke predvsem iz tedanje republike Jugoslavije in nekaj iz tujine. Veliko ljudi se spomni te trgovine tudi 50 let po njenem zaprtju. Trgovina Prehrana je bila prva trgovina trgovske verige Emona. V prvem obratovalnem dovoljenju je pisalo, da se v tej trgovini sme prodajati: kruh, pecivo, mleko in mlečne izdelke, zelenjavo, sadje in izdelke iz sadja, delikatese perutnino, jajca, pijače, divjačino... Te listine se danes hranijo v prostorih Mercatorja. (vir 3)

7.1 WTO (STO)

Je mednarodna organizacija, ki ima sedež v Švici, v Ženevi. WTO nadzira veliko sporazumov, ki opredeljujejo pogoje trgovanja med njenimi članicami. Organizacija WTO je naslednica Splošnega sporazuma o carinah in trgovanju znanega po kratici GATT (General Agreement on Tariffs and Trade). Samoopredelitev WTO je delovanje v smeri odstranjevanja ovir v mednarodnem trgovanju. S tem WTO prispeva h globalizaciji gospodarstva in seveda tudi trgovinske dejavnosti. Slovenija se je mednarodni organizaciji WTO pridružila 13. julija leta 1995. (vir 4)

WTO je bila ustanovljena 1. januarja 1955 leta. GATT je bil preoblikovan v pogodbeno pravila globalne trgovine. V WTO je vključenih 160 držav članic. WTO ima temeljne funkcije in sicer:

- je forum za multilateralna medvladna pogajanja za zniževanje ovir v trgovini;
- predstavlja sistem pravil (zajetih v WTO sporazumih), ki urejajo mednarodno trgovino;
- omogoča reševanje trgovinskih sporov med njenimi članicami na podlagi multilateralnega mehanizma za poravnavo sporov;
- skrbi za transparentnost in nadzira trgovinske politike članic na podlagi rednih revizij.

V WTO članice EU nastopamo z enim glasom. Za zastopanje interesov EU je pristojna Evropska komisija. Naloga Stalnega predstavništva Republike Slovenije v Ženevi je, da spremlja pogajanja in delo različnih odborov, ter da o tem poroča. Sodeluje pri pripravi nacionalnih stališč, s katerimi Slovenija nato nastopa v procesu oblikovanja skupnih stališč EU. (vir 4)



WORLD TRADE
ORGANIZATION

Slika 1 Logotip WTO

7.2 TRGOVINA V SLOVENIJI

Slovenci sodijo med modernejše kupce v vzhodni in srednji Evropi. Več kot 60 odstotkov Slovencev nakupuje v supermarketih in hipermarketih, tako imenovanih modernih trgovinah. Kljub temu v primerjavi z ostalimi državami srednje in vzhodne Evrope, še vedno velik delež kupcev nakupuje v klasičnih trgovinah. Sicer je slovenskemu potrošniku najpomembnejši kriterij pri izbiri trgovine dejstvo, da dobi vse na enem mestu. To so pokazali rezultati raziskave Trendi v maloprodaji in nakupne navade v Sloveniji 2004, raziskovalne hiše ACNielsen. (vir 5)

Tri največje trgovske verige v Sloveniji so: Mercator, Tuš in Spar Slovenija

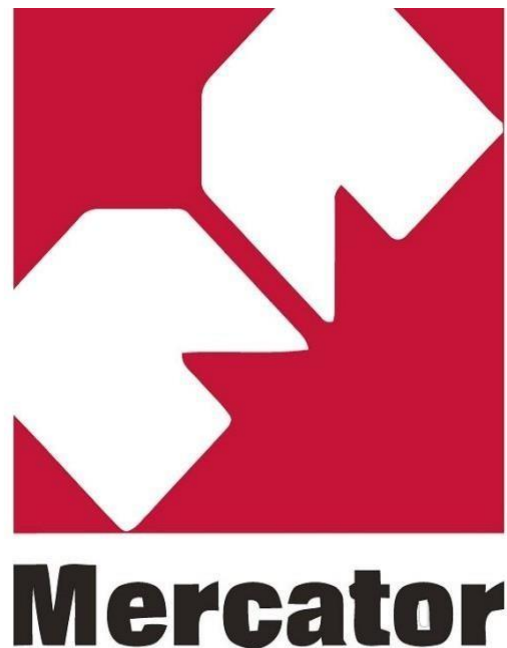
7.2.1 MERCATOR

Poslovni center Mercator d.d. (Mercator) je največje slovensko trgovsko podjetje in eno zmed največjih trgovskih verig v jugovzhodni Evropi, deluje na sedmih trgih regije. Podjetje ima dvojno nalogo: opravlja trgovsko dejavnost in izvaja različne koncernske naloge za družbe v skupini. (vir 6)

Zgodba Mercatorja sega v prvo polovico 20. stoletja, natančneje v leto 1949. Takrat je bilo podjetje ustanovljeno. Najprej so na svojih policah prodajali samo 40 vrst izdelkov. Danes Mercator na svojih policah ponuja svojim kupcem že več kot štirideset tisoč izdelkov. Mercator je bil nekoč in je tudi danes trgovec, ki so si ga ljudje vzeli za svojega. Ravno zaradi tega ima Mercator slogan: »Najboljši sosed«. (vir 6)

Mercator pa v svojem imenu in trgovanju skriva veliko zanimivosti:

- ime izhaja iz latinščine in pomeni »trgovec«
- nekoč je bil veletrgovec, njegova prodaja pa je potekala iz skladišč
- Najbolj prodajana izdelka sta bila sardine in karamele
- V 50. letih je imel Mercator v lasti prvo bencinsko črpalko
- Mercator ima danes 1500 maloprodajnih enot, ki skupaj merijo 1. milijon kvadratnih metrov
- Prvi je uvedel kartico zvestobe. (vir 6)



Slika 2 Logotip Mercator

7.2.2 TUŠ

Skupina Tuš je iz majhnega lokalnega trgovca kljub vedno bolj zaostreni konkurenci in kompleksnim spremembam tržišča, postala edini slovenski veliki trgovec v svoji panogi. Danes spadajo v skupino podjetij, ki je po vseh pomembnih kazalcih popolnoma primerljiva z razvitim evropskim trgom. (vir 7)

Začetki tega trgovca segajo v leto 1989. Danes je skupina Tuš ena izmed največjih slovenskih trgovskih verig. Razvila se iz ene same trgovine v Slovenskih Konjicah. Danes Tuš pod eno streho združuje ponudbo trgovine, zabave, rekreacije, gostinstva, nepremičnin... Razen v Sloveniji, so prisotni tudi na tržišču Makedonije. Iz majhne trgovine v Slovenskih Konjicah se je do danes razvilo 25 trgovin, 1 drogerija, 2 restavraciji in pivnica. (vir 8)

Podjetje Tuš se pojavlja tudi na socialnem področju. Že 14 let sodeluje v projektu: Pričarajmo nasmeh in vsako leto 500 otrok iz socialno ogroženih družin pelje na letovanje na Debeli rtič. V letu 2015 je podjetje v okviru projekta: Podari malico, 6.200 učencem in dijakom omogočilo malico. Tudi ob zaključku leta 2016 so v projektu: Božičkova tovarna daril obdarili 560 otrok iz socialno ogroženih družin v Celjski regiji. Vsako leto organizirajo Tušev vzpon na Celjsko kočo in Tušev tek barv. (vir 8)



Slika 3 Logotip Tuš

7.2.3 SPAR SLOVENIJA

Svetovna veriga trgovin SPAR spada med največje maloprodajne trgovinske verige na svetu. SPAR je prisoten na trgih številnih držav Evrope, Avstralije, Afrike in Azije. Sedež trgovinske verige je na Nizozemskem, v Amsterdamu. (vir 9)

SPAR je prvo trgovino v Sloveniji odprl kmalu po osamosvojitvi Republike Slovenije. Ustanovitelj samostojnega podjetja Spar Slovenija je ASPIAG (Austria SPAR International AG). Podjetje ima svoj sedež v Švici. ASPIAG je bil zasnovan za strokovno in operativno podporo razvoja trgovinske mreže na novih trgih. Poleg Slovenije so ustanovili tudi podjetja Spar v Italiji, na Madžarskem, Češkem in Hrvaškem. (vir 9)

Spar Slovenija zaposluje več kot 4000 ljudi in spada med največje trgovce v Sloveniji. V prodajni mreži je bilo konec leta 2014: 79 trgovin SPAR, 13 megamarketov INTERSPAR, trgovina Spar City in 9 restavracij INTERSPAR. Spar Slovenija je na trgu prisoten že skoraj 25 let. V tem času je postal eden vodilnih trgovcev z odličnim ugledom. Prva trgovina SPAR je bila odprta leta 1991 na Ulici bratov Babnik v Ljubljani. Sledila so leta stabilne rasti, stalnega razvoja prodajne mreže z odpiranjem različnih formatov trgovin ter večanja tržnega deleža z vedno novimi, drugačnimi in inovativnimi pristopi. (vir 9)

Podjetje Spar Slovenija, trgovine SPAR in INTERSPAR se že več let oskrbujejo iz lastnega centraliziranega distribucijskega centra v Ljubljani. Za organizacijo samostojnega logističnega sistema, se je podjetje odločilo zaradi doseganja višje konkurenčnosti in boljše kakovosti blaga na prodajnih policah. Sodobno tehnološko opremljena skladišča omogočajo vsakodnevno

dobavo tako suhega kot tudi svežega blaga v vse trgovine SPAR in INTERSPAR po vsej Sloveniji. (vir 9)



Slika 4 Logotip Spar Slovenija

8 MESTNA ČETRTO KJER ŽIVIM – POBREŽJE

Pobrežje je največja mariborska mestna četrt, ki leži na desnem bregu reke Drave. Zajema vzhodni del mesta Maribor. Naloga mestne četrti Pobrežje je, da v skladu z veljavnimi predpisi zastopa interese svojih krajanov, seveda v okviru svojih pristojnosti. Sedež mestne četrti je v Domu krajanov ob Kosovelovi ulici 11.

Na jugu meji mestna četrt Pobrežje na mestno četrt Tezno. Na zahodu meji na mestno četrt Tabor. Na severu se dotika Melja, ki del mestne četrti Center. Naselje Pobrežje obdajajo jo še Zrkovci in Brezje na vzhodu in Malečnik na severovzhodu. Po izgradnji hitre ceste, ki poteka tudi skozi Pobrežje, ga delimo na vzhodni del in zahodni del. Po izgradnji Puhove ceste delimo vzhodni del na severnega ter južnega. Celotna površina mestne četrti Pobrežje znaša 571,2 hektarja. To so območja, ki obsega območje od Drave do Stražunskega gozda na severu in jugu ter območje od železniške proge do meje z Mestno četrtjo Brezje-Dogoše -Zrkovci na zahodu in vzhodu. Še pred pol stoletja je bilo to območje predvsem kmetijsko in poseljeno zgolj z individualno stanovanjsko gradnjo. S širitvijo mesta in blokovsko gradnjo, se je naselje začelo razvijati in širiti. Danes spada med spalna naselja. Razvija se tudi malo gospodarstvo. Na Pobrežju so nastali številni novi trgovski centri. Pobrežje kot največja mestna četrt v občini Maribor, ima približno 13.000 prebivalcev. Poselitev na Pobrežju je predvsem blokovska. (vir 10)

Za rekreativno življenje prebivalcev Pobrežja, skrbijo različna društva in izvajalci. Tako imamo na Pobrežju Nogometni klub Pobrežje in Taborniško društvo. Včasih je bilo zelo zelo aktivno Delavsko prosvetno društvo Svoboda. Danes deluje le še mešani pevski zbor. Eno izmed društev je tudi Društvo upokojencev Pobrežje. Prostovoljno gasilsko društvo Pobrežje že od

leta 1905 skrbi za požarno varnost okolice. Na območju mestne četrti Pobrežje imata svoj sedež Lovska zveza Maribor in Ribiška družina Maribor. (vir 10)

Poleg vsega navedenega ima mestna četrt Pobrežje še cerkev (Cerkev Marije Matere). Tukaj se nahaja mestno pokopališče, ki je tako veliko, da se razpolovi s cesto. Za izobrazbo pa so pomembne tri šole: Osnovna Šola Borcev za severno mejo, Osnovna Šola Draga Kobala in Osnovna Šola Toneta Čufarja. Pobrežje ima tudi vrtec, ki pokriva varstvo predšolskih otrok. Vrtec ima pet različno lociranih enot. Tukaj se nahaja tudi dom starostnikov Danice Vogrinec in Sončni dom. Tudi invalidi imajo tukaj svoje delovno mesto, v Delovnem centru Sonček. Najbolj pomembne glede na gospodarski vidik pa so trgovine v centru Pobrežja. (vir 10)

Pobrežje ima seveda še številne obrtnike in ponudnike gostinskih storitev. Toda zame so pomembnejše prodajalne s ponudbo živilsko – prehrabnih izdelkov.

8.1 TRGOVINE NA POBREŽJU

Na Pobrežju je 5 velikih trgovin (supermarketov): Lidl, Hofer, Euro Spin, Tuš, Spar Slovenija in en trgovski center Mercator. Tuš, Mercator in Spar Slovenija so slovenski trgovci, Hofer (Aldi) in Lidl sta nemška trgovca, Euro Spin pa je trgovec z Italijanskim poreklom.

Veliko se govori, da se cene slovenskih izdelkov v trgovinah razlikujejo zato sem se odločil, da bom primerjal nekaj osnovnih živil, slovenskega porekla v različnih trgovinah.

Tabela 1 primerjava slovenskih izdelkov

	Mleko 3.5 m.m.	Bučno olje 1l	Mineralna voda 1.5 l	Kava 100g	Jajca hlevske reje 10 kos.
Hofer	0.65 €	10.78 €	0.65 €	1.21 €	1.45 €
Lidl	0.67 €	10.78 €	0.65 €	1.21 €	1.59 €
Tuš	0.78 €	19.89 €	0.65 €	1.21 €	1.89 €
Mercator	0.67 €	19.89 €	0.65 €	1.21 €	1.75 €
Spar Slovenija	0.77 €	19.89 €	0.65 €	1.21 €	1.45 €

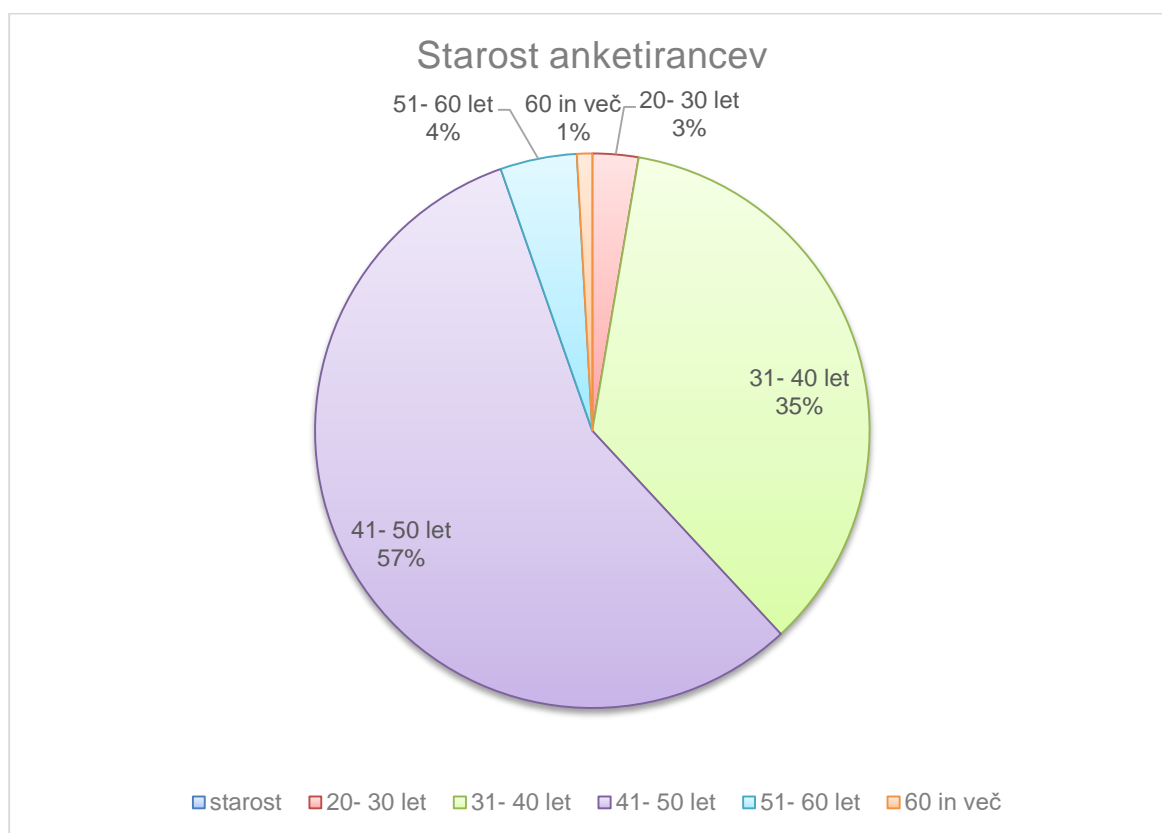
*Euro Spin je Italijanski trgovec in nima Slovenskih izdelkov.

Ob primerjavi izdelkov v trgovinah, sem bil presenečen nad enotnimi cenami osnovnih živilskih izdelkov. Presenečen sem bil nad Tušem, saj sem pričakoval konkurenčne cene osnovnih živil. Verjetno postane ljudem tudi jasno, katere trgovine so cenovno ugodnejše in katere manj.

9 EMPIRIČNI DEL

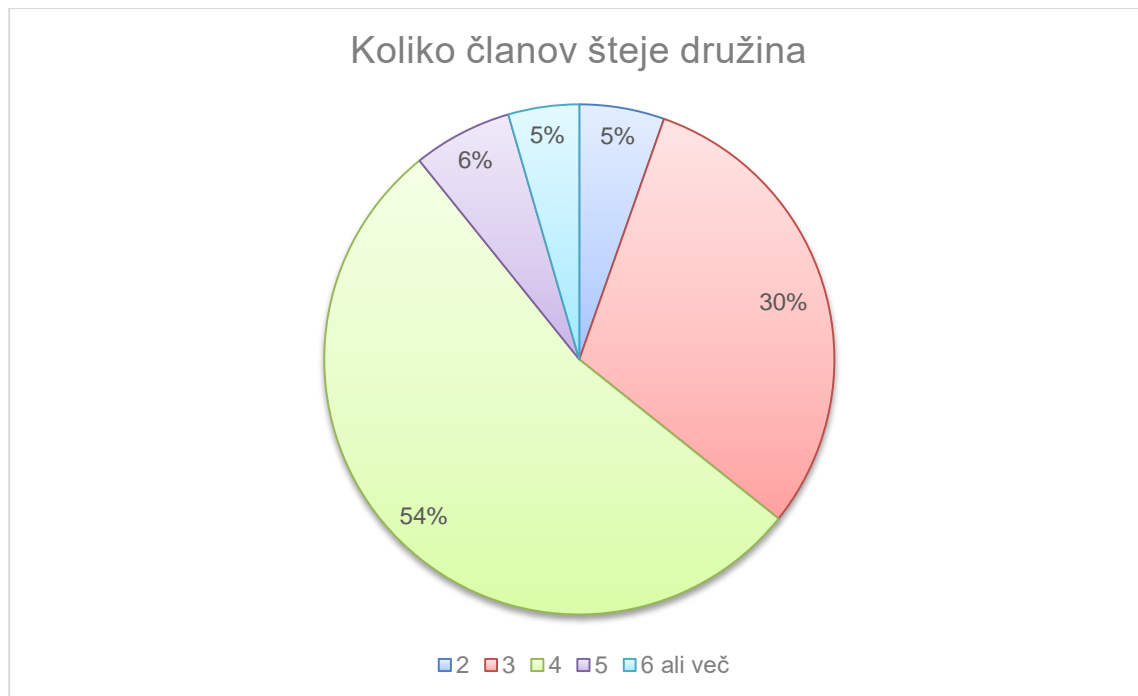
Anketa je bila razdeljena staršem učencev naše šole. Prejel sem stoosemnajstih ustreznih anket in 4 neveljavne ankete, ki so bile le delno rešene ali pa so bili podatki neustrezno izpolnjeni.

Graf 1: Starost anketirancev



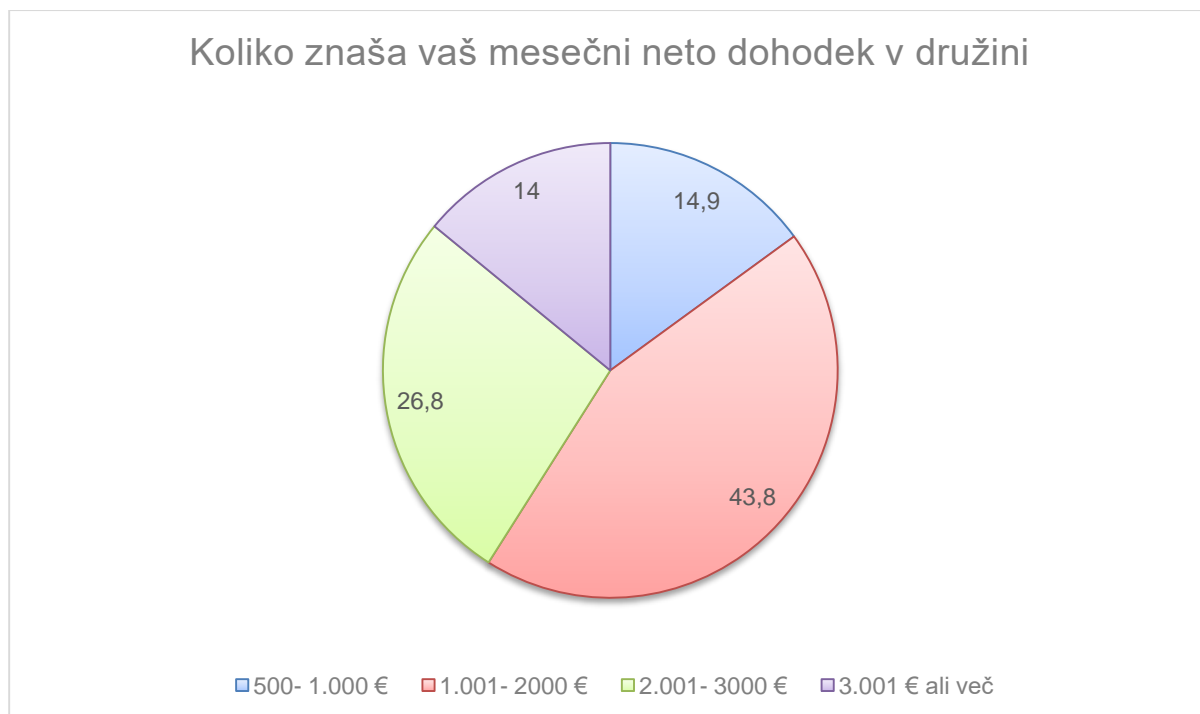
Iz grafa 1 je razvidno, da je 57 % anketirancev starih med 41 in 50 let. 35,1 % jih je starih med 30 in 40 leti.

Graf 2 Koliko članov šteje družina



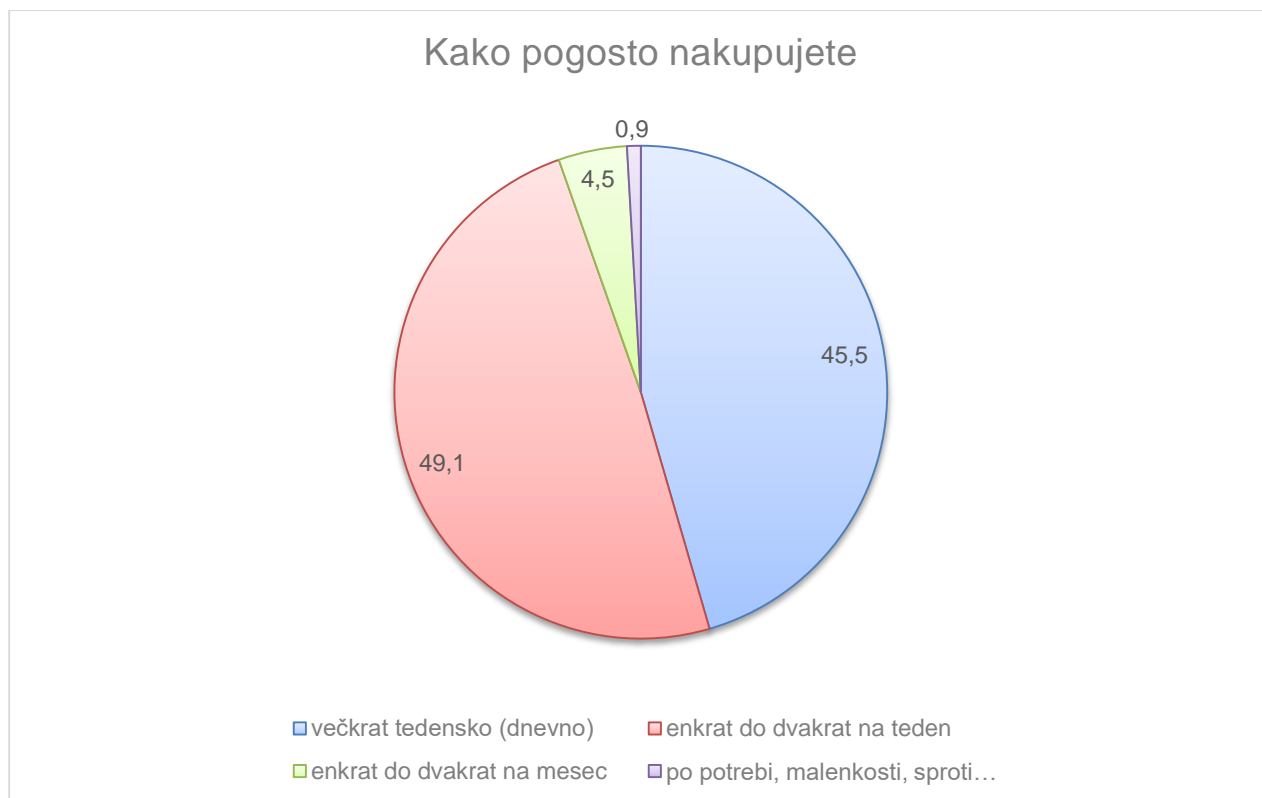
Iz grafa 2 je razvidno, da je več kot polovica gospodinjstev štiri članska.

Graf 3 Koliko znaša vaš mesečni neto dohodek v družini



Skoraj polovica anketirancev je glede dohodka odgovorila da zaslužijo 1.000 do 2.000 € mesečno, če k temu dodamo še 15% anketiranih z do 1.000 € ugotovim, da se rezultati ankete nanašajo na anketirane z povprečnimi dohodki

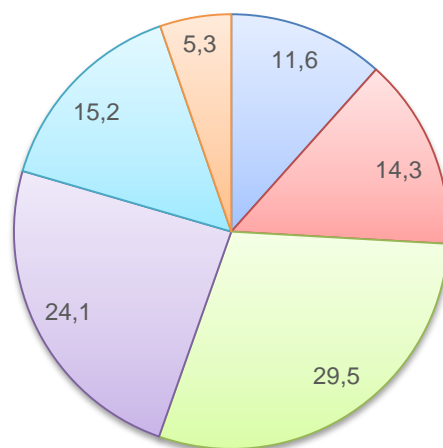
Graf 4 Kako pogosto nakupujete



Skoraj 95% anketiranih kupuje prehrabne izdelke sproti. Minili so časi naših babic, ki so si doma ustvarjali zaloge, ki bi naj držale mesec dni. Danes ko lahko ob vsakem trenutku dobiš v trgovini vse prehrabne izdelke, pa naj so še tako eksotični (tropsko sadje). Potrošniki raje kupujejo sproti, svežo hrano.

Graf 5 V katerih trgovinah redno nakupujete prehrabne izdelke

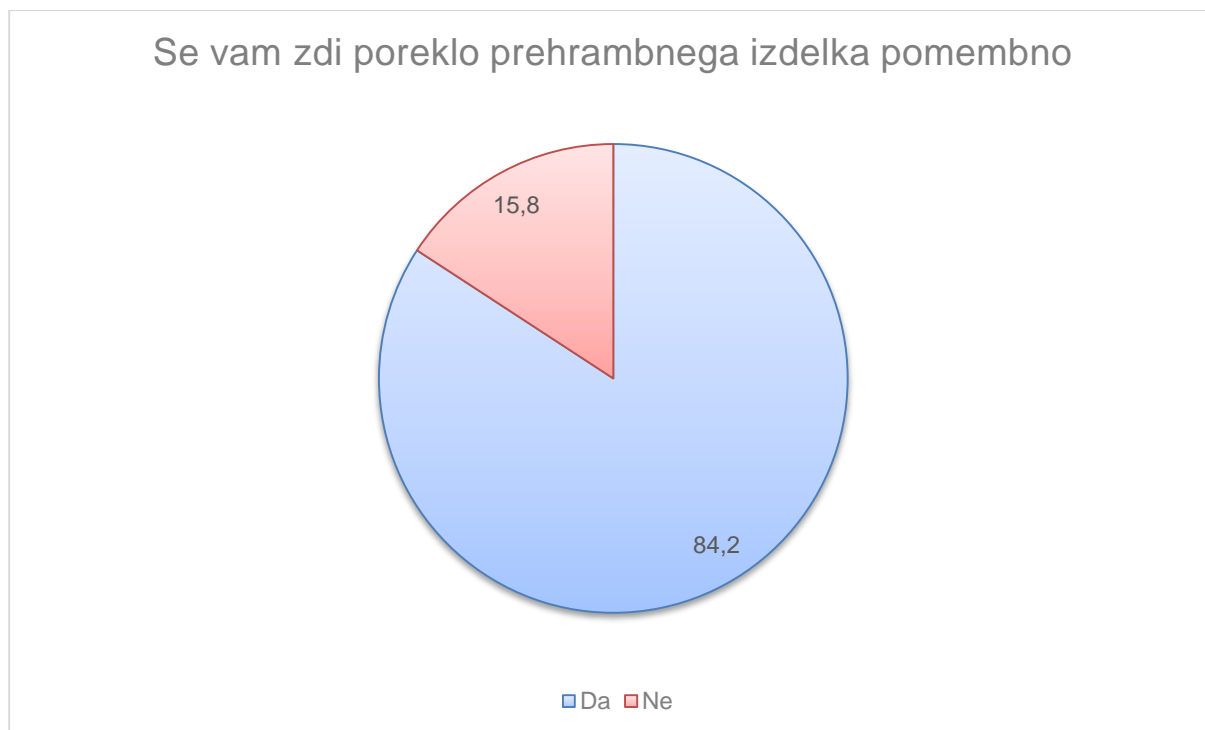
V katerih trgovinah redno nakupujete prehrambne izdelke



■ Tus ■ Mercator ■ Lidl ■ Hofer ■ Spar Slovenija ■ drugo

Vse več se govori, da so tuji trgovci v Sloveniji priljubljenejši in tudi 53,5 % (61) vprašanih odgovorilo, da najraje nakupujejo v Lidlju in Hoferju torej v trgovini, ki je tujega izvora. Ob vprašanju zakaj ravno v tej trgovini, je večina ljudi odgovorilo, da zaradi cen in kakovosti prehrambnih izdelkov. Skupno je samo 41,2 % (47) anketirancev odgovorilo, da najraje nakupujejo v trgovinah slovenskega porekla. Najpriljubljenejši trgovec med vprašanimi je bil Lidl v katerem najraje nakupuje 33 vprašanih oz. 29,5 %. Najmanj priljubljen trgovec pa je bil vprašanimi Tuš, v katerem najraje nakupuje samo 14 ljudi 12,3 %.

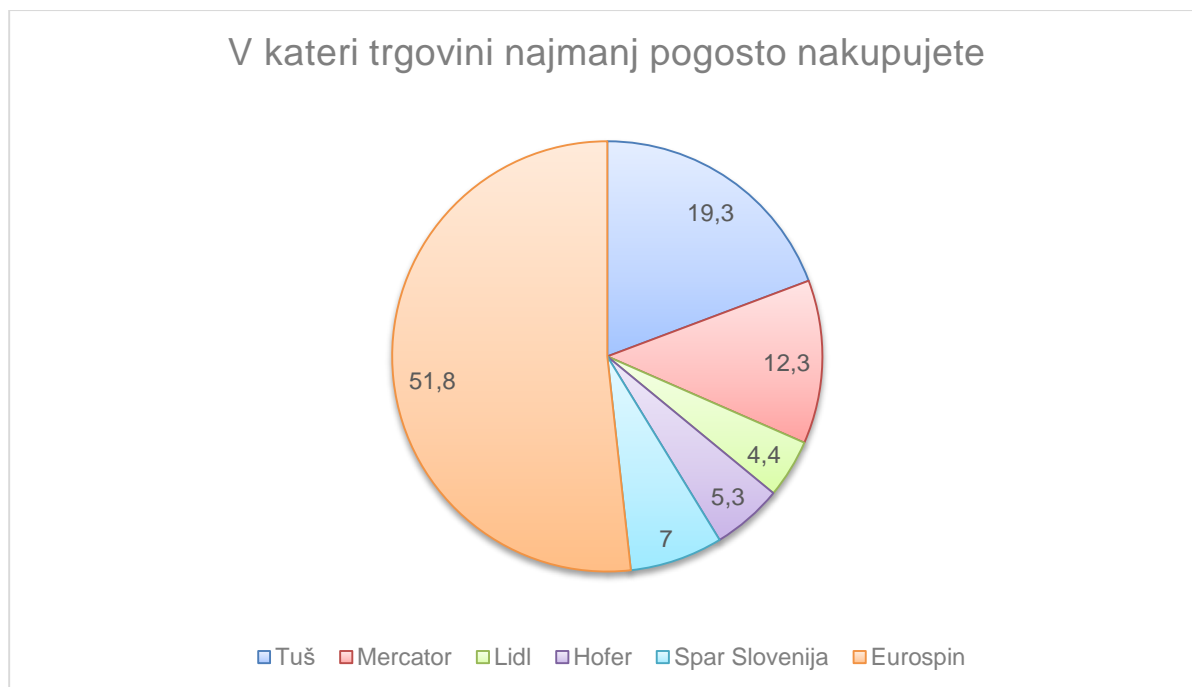
Graf 6 Se vam zdi poreklo prehranbnega izdelka pomembno



Zelo me veseli, da je velika večina vprašanih odgovorilo, da jim je slovensko poreklo izdelka pomembno. Za ta odgovor se je odločilo 96 ljudi oz. 84,2%. Samo 18 ljudem oz. 15,8% poreklo prehranbnega izdelka ni pomembno. Menim, da na takšno odločitev vpliva tudi dobra osveščenost ljudi o prednosti nakupovanja slovenskih izdelkov.

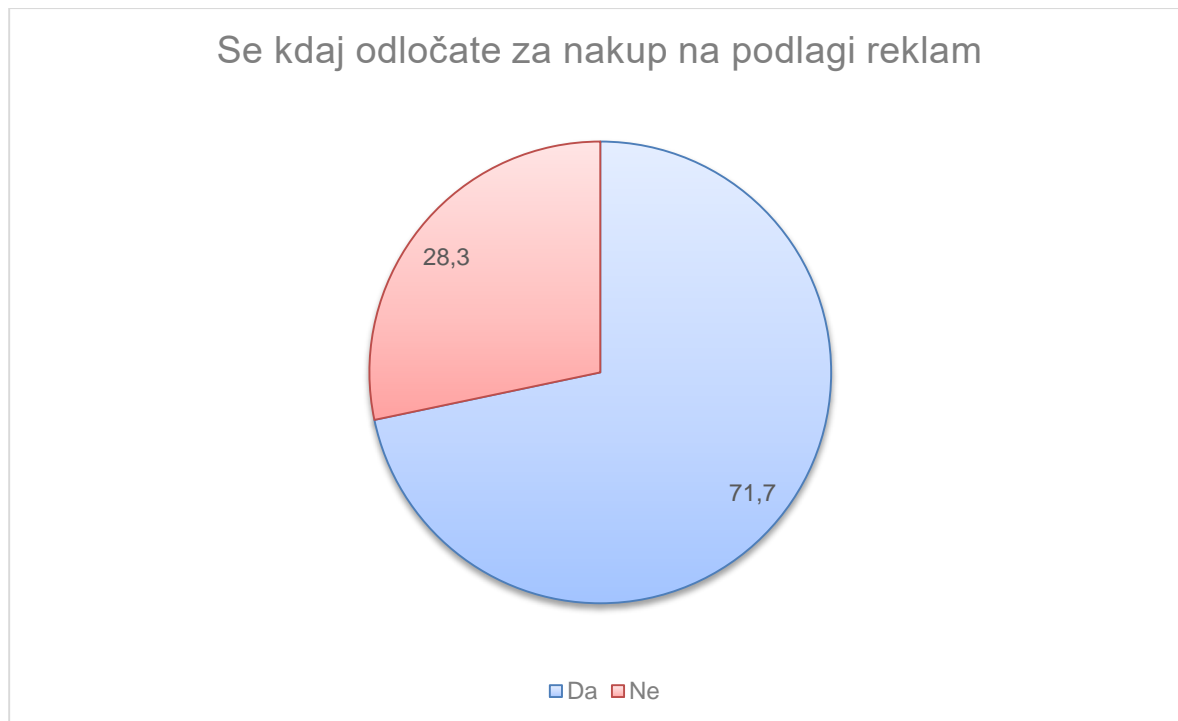
Pri vprašanju kaj se ljudem zdi najbolj pomembno, pa se je večina vprašanih odgovorila, da sta najbolj pomembna cena in kakovost.

Graf 7 V kateri trgovini najmanj pogosto nakupujete



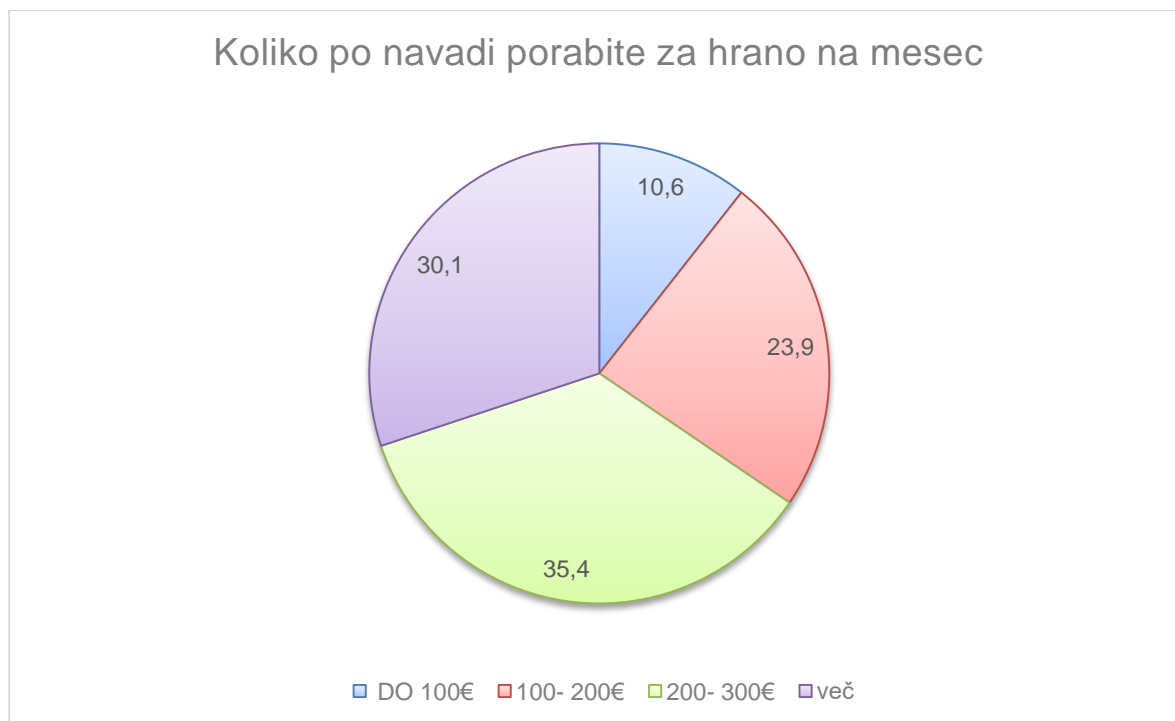
Najpogostejši odgovor me ni presenetil saj sem takšen odziv tudi pričakoval. Kar 59 ljudi oz. 51,8% se je odločilo, da najmanj pogosto nakupujejo v Eurospinu, ki je Italijanski trgovec in skorajda nima izdelkov slovenskega porekla. Kot že v vprašanju, kje najbolj pogosto ljudje nakupujejo se je izkazal, da je trgovina Tuš najmanj priljubljena med Slovenskimi trgovci. Veliko ljudi ne ve zakaj jim je ta trgovina najmanj privlačna veliko pa jih meni tudi, da jim ta trgovina ni všeč zaradi predolgega čakanja v vrsti na blagajni.

Graf 8 Se kdaj odločate za nakup na podlagi reklam



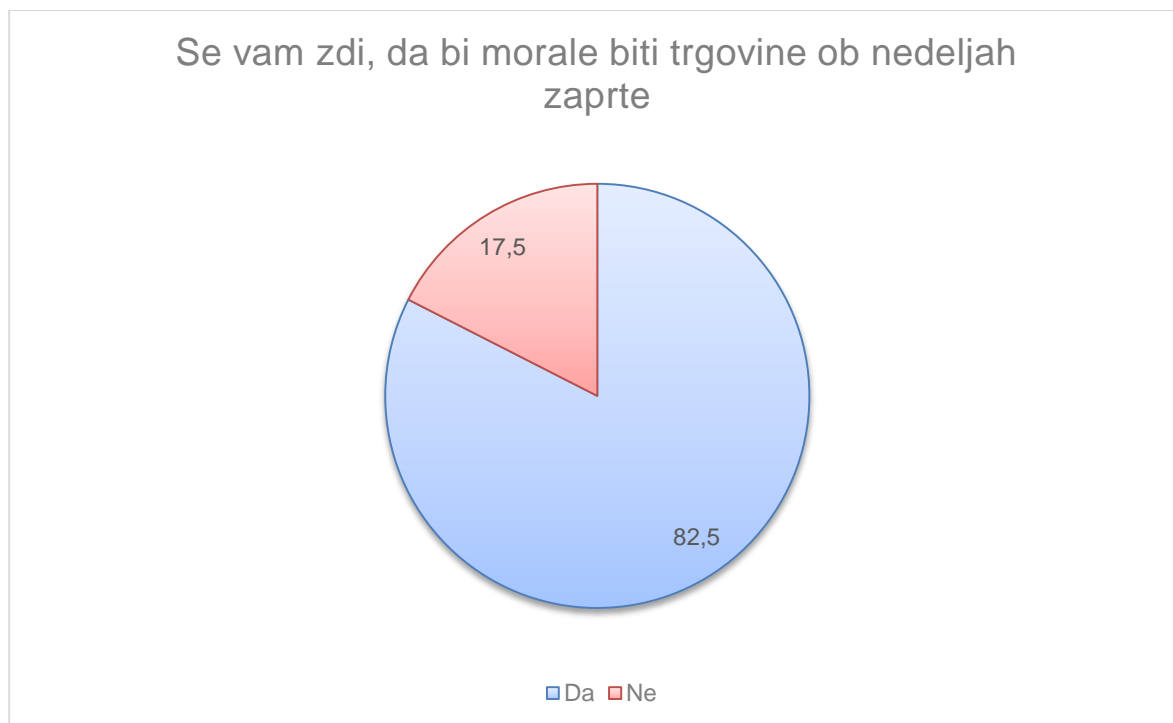
Presenetilo me je, da se kar 71, 7 % anketirancev odziva na reklam. Najbolj pogosti odgovori na vprašanje zakaj se odločajo za nakup na podlagi reklam so bili, da zaradi nižjih cen, varčevanja, informiranosti o sezonskih izdelkih, akcijskih ponudbah...

Graf 9 Koliko po navadi porabite za hrano na mesec



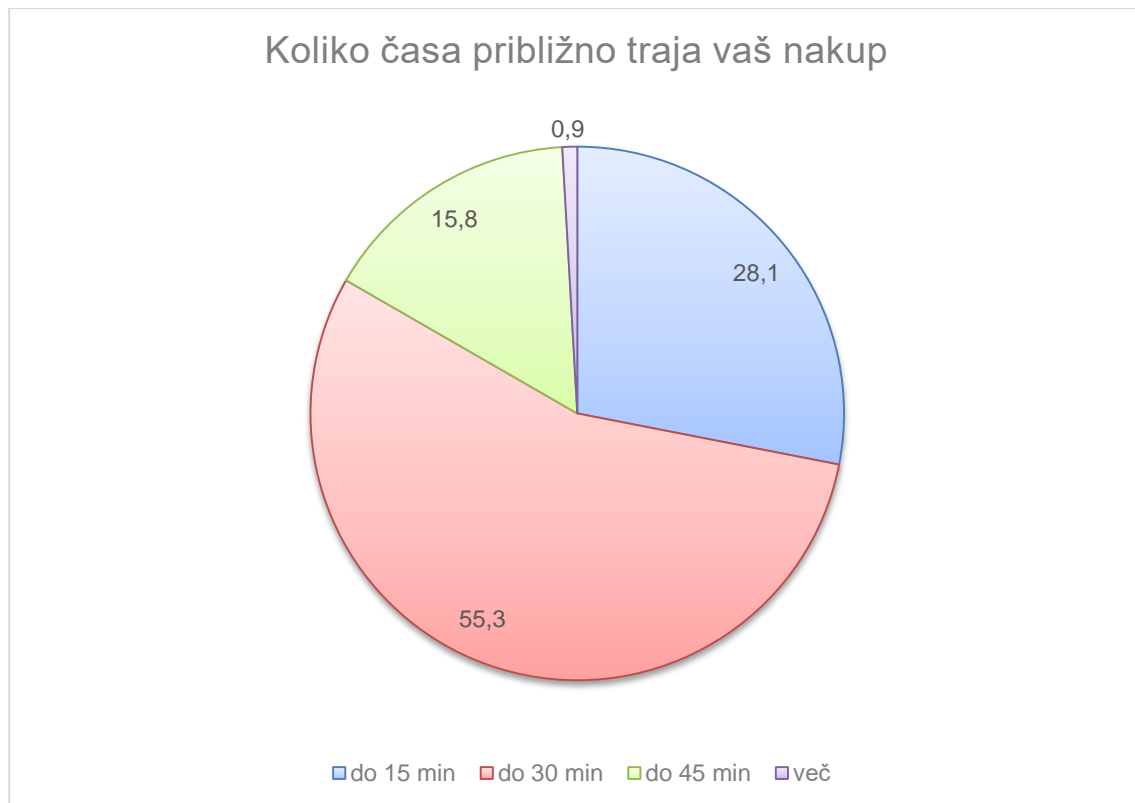
Presenetilo me je, da večina vprašanih porabi veliko denarja za hrano. Glede, da anketiranci večino spadajo v razred zaslužka do 2000 € veliko denarja namenijo hrani. Na mesec jih 35,4 % vprašanih porabi za hrano med 200 in 300 evri To se mi zdi glede na dohodke v družini zelo veliko.

Graf 10 Se vam zdi, da bi morale biti trgovine ob nedeljah zaprte



Velika večina vprašanih se je odločila, da bi morale biti trgovine ob nedeljah zaprte. Najpogostejši odgovor zakaj pa je bil, da predvsem zaradi sočutja do družin in privatnega življenja prodajalcev.

Graf 11 Koliko časa približno traja vaš nakup



Večina od vprašanih v trgovini ob enem nakupu v trgovini preživi do trideset minut, za ta odgovor se je odločilo 63 ljudi oziroma 55,3%. Več kot 45 minut v trgovini preživi samo eden od vprašanih.

Graf 12 Ali prehrabne izdelke nakupujete preko spleta



Velika večina ljudi še ne nakupuje prehrabnih izdelkov preko spleta, za ta odgovor se je odločilo 113 oziroma 99,1% vprašanih. Samo eden od vprašanih nakupuje prehrabne izdelke preko spleta. Najpogostejši odgovori zakaj ne nakupuje prehrabnih izdelkov preko spleta so na primer: ni potrebe, ne zaupam, rad vidim izdelke v živo preden jih kupim...

10 RAZPRAVA

Rezultati ankete so me delno presenetili saj nisem pričakoval, da velika večina ne nakupuje prehrambnih izdelkov preko spleta saj se mi zdi to vrsta nakupa, ki se je poslužuje vse več ljudi a se moji anketiranci še vedno najraje odločijo za nakup v trgovini. Ljudje se velikokrat odločajo za nakup tudi na podlagi porekla izdelka a se ozirajo na poreklo samo v primeru, če so slovenski izdelki po ceni in kakovosti primerljivi z ostalimi. Ljudje se ne odločajo za trgovino glede na izvor trgovine ampak izključno zaradi kakovosti in cene, nekaj se jih za nakup v določeni trgovini odloči glede na to če je izdelek bio, eko, brez laktoze, brez glutena... Veliko ljudi vidi v reklamah možnost za dodatno varčevanje zato se jih veliko tudi poslužuje akcij, kuponov, razprodaj...

Zelo sem vesel, da so ljudje enotni, da bi morale biti trgovine ob nedeljah zaprte izključno zaradi prodajalcev, saj si tudi oni zaslužijo čas zase in svoje življenje.

Ljudje so navedli, da so jim nekatere trgovine nesimpatične zaradi predolgega čakanja v vrsti na blagajni, nečistoče, neprijaznih prodajalcev...

1. hipoteza- izbira trgovin se razlikuje na višino dohodkov

To hipotezo moram zavreči saj se v osebnih odgovorih vidi, da so se ljudje v odgovorih na vprašanje tri in vprašanje pet odgovarjali, da je njihova najljubša trgovina npr. Lidl kljub temu, da imajo nižje ali višje dohodke.

2. Hipoteza - Tuš kot trgovec s slovenskimi izdelki ni priljubljen

To hipotezo moram potrditi saj se je v vprašanju št. 7 kar 22 ljudi oziroma 19.3 % vseh vprašanih odločilo, da v tej trgovini najmanj pogosto nakupujejo. Razlogi niso preveč odločni in razvidni. Nekatere motijo čakalne vrste, nekatere neprijaznost prodajalcev.

3. hipoteza - Nakupovalne navade se spreminjajo glede na: višino dohodkov, poselitev

To hipotezo moram zavreči saj se tako ljudje z višjimi kakor tudi z nižjimi dohodki odpravljajo nakupovat v iste trgovine. Ljudje se tudi rajši peljejo v trgovino z nižjo ceno in višjo kakovostjo kot pa v najbližjo trgovino kot sem izvedel iz ankete.

4. hipoteza - Nakupovalci se ne ozirajo ali je izdelek slovenski ali ne

To hipotezo moram zavreči saj je kar 96 ljudi oz. 84.2 % pri vprašanju 6 odločilo, da jim je poreklo izdelka pomembno.

11 ZAKLJUČEK

Na spletu je veliko člankov o nakupovalnih navadah. Našel sem tudi diplomske naloge, pa vendar sem presenečen nad določenimi rezultati moje naloge. Predvsem so me je presenetilo, da je hrana tako draga. Včasih je veljalo, da so ljudje kupovali ozimnico in kupovalo se je na zalogo. Danes ugotavljamo, da se kupuje sproti. Ljudje danes razmišljajo, kje bodo za svoj denar dobili največ. Ni pomembno, ali je trgovec slovenski ali ne. Pomembna je kakovost prehranbenega izdelka in njegova cena. V nalogi sem ugotovil, da je najljubša trgovina anketirancev tujega porekla. Veliko ljudi se še vedno odloča, za nakupe s kuponi, na razprodajah, akcijah... torej je še vedno veliko ljudi prepričanih, da s tem ko kupijo nek izdelek na razprodaji privarčujejo. Slovenci se očitno še vedno ne poslužujejo spletnih nakupov. To se večini zdi nevarno, saj lahko kupiš »mačka v žaklju«. Presenetilo me je, da so ljudje zelo dosledni, kaj se tiče porekla izdelka saj jih je večina odgovorila, da jim je poreklo prehranbnega izdelka pomembno. Presenetili so me razlogi, zakaj ljudje ne nakupujejo v določenih trgovinah. Največ jih je odgovorilo, da so trgovine umazane, prodajalci ne prijazni, čakalne dobe na blagajnah predolge...

Najbolj aktualna pa je tema, ali naj bojo trgovine ob nedeljah zaprte. Veliko anketirancev je odgovorilo, da se strinjajo s tem saj bi morali tudi prodajalci imeti prost dan za čas zase. Tisti, ki so pa bili proti tej ideji pa so največkrat napisali, da se najraje odpravijo v trgovino ob nedeljah saj je takrat najmanjša gneča.

Sprašujem se kako bi na to vprašanje odgovorili otroci katerih mame ali očetje so prodajalci in tudi drugi. Porodila so se mi nova vprašanja

12 DRUŽBENA ODGOVORNOST

Ta raziskava je bila opravljena v mahnem delu mesta Maribor. Zaskrbljujoče je, da morajo ljudje toliko denarja nameniti prehranbenim izdelkom. Bojim se, da se lahko vrnemo v čas, ko je bilo pametno imeti vrt in nekaj hrane pridelati sam. Toda primarni sektor je tudi kazalec gospodarske razvitosti. Mar to pomeni, da bomo zdrsnili na lestvici razvitih držav. Vodilni v tej družbi bi morali stisko ljudi razumeti. Hrana je pomembna. Pomembno je, da je domačega porekla. Pomembno je, da s tem pospešujemo domače gospodarstvo. Ne bi smelo biti, da človek dela samo za hrano. Tudi druge dobrine so pomembne in je prav, da si jih lahko privoščimo.

13 PRILOGA

ANKETA

Pozdravljeni, sem učenec 8. razreda in pišem raziskovalno nalogo na temo Napolnimo nakupovalni voziček. Prosim za pomoč pri moji raziskavi.

1. VAŠA STAROST ?

30 – 40

41 – 50

51 – 60

60 in več

2. Koliko članov šteje vaša družina?

2 –

3 –

4-

5-

6 ali več

3. VAŠ MESEČNI NETO DOHODEK V DRUŽINI

a) 500 - 1000

b) 1001-2000

c) 2001-3000

d) 3001 in več

4. KAKO POGOSTO NAKOPUJETE ?

a) Večkrat na teden (dnevno)

b) Enkrat do dvakrat na teden

c) Enkrat do dvakrat mesečno

d) Drugo: _____

5. V KATERIH TRGOVINAH REDNO NAKOPUJETE PREHRABENE IZDELKE?

- a) Tuš
- b) Mercator
- c) Lidl
- d) Hofer
- e) Spar Slovenija
- f) Drugo: _____

ZAKAJ RAVNO V TEJ TRGOVINI ?

5. SE VAM ZDI POREKLO PREHRAMBNEGA IZDELKA POMEMBNO?

- a) Ja
- b) Ne

6. V KATERI TRGOVINI NAJMANJ POGOSTO NAKOPUJETE

- a) Tuš
- b) Mercator
- c) Lidl
- d) Hofer
- e) Spar Slovenija
- f) Eurospin
- g) Drugo: _____

ZAKAJ RAVNO V TEJ TRGOVINI?

: _____

7. KAJ SE VAM ZDI PRI NAKUPOVANJU POMEMBNO

8. SE KDAJ ODLOČITE ZA NAKUP NA PODLAGI REKLAM

- a) Ja
- b) Ne

ZAKAJ?

9. KOLIKO PONAVIDI PORABITE V TRGOVINI ZA HRANO NA MESEC

- a) Do 100 €
- b) 100 - 200€
- c) 200 - 300€
- d) Več

10. SE VAM ZDI, DA BI MORALE BITI TRGOVINE OB NEDELJAH ZAPRTE

- a) Ja
- b) Ne

ZAKAJ?

11. KOLIKO ČASA PRIBLIŽNO TRAJA VAŠ NAKUP

- a) 5-15 min
- b) 15-20 min

- c) 20-30 min
- d) Več

12. ALI PREHRAMBENE IZDELKE KUPUJETE PREKO SPLETA

- a) Ja
- b) Ne

ZAKAJ?

14 SPLETNI VIRI - INTERNET

Vir 1.

<http://www.saopnet.si/pos/tag/nakupovalne-navade/> 11.1.2018 (17.27)

Vir 2

<https://sl.wikipedia.org/wiki/Trgovina> 11. 1. 2018 (17.57)

Vir 3

<https://www.dnevnik.si/1042762177> 14. 11. 2018 (19.22)

Vir 4

<http://www.zeneva.predstavnistvo.si/index.php?id=2479> 14. 1. 2018 (19.46)

Vir 5

<https://www.sta.si/922001/razvoj-slovenske-trgovine-v-smer-hipermarketov> 21.1.2018 (14.54)

Vir 6

<https://www.mercatorgroup.si/sl/o-skupini/zgodovina/> 21.1.2018 (15.21)

Vir 7

<https://www.tus.si/o-tusu> 21.1.2018 (15.23)

Vir 8

<https://www.tus.si/zgodovina> 21.1.2018 (15.38)

Vir 9

<http://www.sparpartner.si/spar-slovenija> 21.1.2018 (16.18)

Vir 10

<https://sl.wikipedia.org/wiki/Pobre%C5%BEje> 21.1.2018 (20.16)

Vir 11

<https://data.si/blog/2017/12/03/nakupovalne-navade/> 8. 2. 2018 (22.37)

15 VIRI SLIK

Slika 1:

https://www.google.si/search?q=wto&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiGzpz-7YzZAhXGZFAKHaEKD44Q_AUICigB&biw=1920&bih=925#imgrc=SaIdHYm913ELcM

(4.2.2018. 19.24)

Slika 2:

https://www.google.si/search?q=mercator&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwii4dyN74zZAhWELFAKHT4OC0sQ_AUICygC&biw=1920&bih=925#imgrc=POKdp8snXvM1kM

(4.2.2018. 19.43)

Slika 3:

https://www.google.si/search?biw=1920&bih=925&tbm=isch&sa=1&ei=_0t3WqTeFYWmwQLTyJCADQ&q=TU%C5%A0&oq=TU%C5%A0&gs_l=psy-ab.3..0i67k112j0l8.15230.15230.0.15435.1.1.0.0.0.102.102.0j1.1.0....0...1c.1.64.psy-ab..0.1.101....0.54pE29mzOg0#imgrc=8jWksETP7IL_yM

(4.2.2018. 19.11)

Slika 4:

https://www.google.si/search?q=spar+slovenija&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKewji8rzK7ozZAhWGLIAKHUHpC4AQ_AUICigB&biw=1920&bih=925#imgrc=ok43SZ8NJg8tBM

(4.2.2018 19.31)