

OSNOVNA ŠOLA HUDINJA

PRAZNIKI IN NAKUPNE NAVADE POTROŠNIKOV

Raziskovalna naloga

Avtorice:

Hana Rezec
Klara Nussdorfer
Nika Kovač

Mentorica:

Mateja Turk

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2010

PRAZNIKI IN NAKUPNE NAVADE POTROŠNIKOV

Raziskovalna naloga

Šifra: Prazniki

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2010

VSEBINSKO KAZALO

1	UVOD.....	1
1.1	Predstavitev izbrane teme in namen naloge.....	1
1.2	Hipoteze.....	2
1.3	Metodologija dela.....	2
1.3.1	Metoda dela z viri in literaturo.....	2
1.3.2	Metoda anketiranja.....	3
1.3.3	Metoda razgovora.....	3
1.3.4	Metoda obdelave podatkov.....	3
2	TEORETIČNI DEL NALOGE.....	4
2.1	Prazniki.....	4
2.1.1	Prazniki v Sloveniji.....	5
2.1.2	Prazniki v sosednjih državah.....	6
2.2	Nakupne navade in vpliv praznikov.....	8
2.3	Potrebe kupcev in potrošništvo.....	9
3	OSREDNJI DEL NALOGE.....	11
3.1	Analiza anket.....	11
3.1.1	Opis raziskovalnih rezultatov na osnovi ankete.....	11
3.1.2	Intervjuji.....	16
3.1.3	Analize hipotez.....	19
4	ZAKLJUČEK.....	21
5	VIRI IN LITERATURA.....	22

POVZETEK

Namen naše raziskovalne naloge je bila raziskava na temo prazniki in nakupovanje ob prazničnih priložnostih. Vemo, da so prazniki različni in v sebi nosijo različne vsebine, navade in običaje ter so pogosto vzrok, da ob praznikih nekomu nekaj kupimo.

Ker je naloga nastajala v času, v katerem najbolj »diši« po praznikih, to je v decembrskem času, odločitev za nalogo ni bila težka.

Tema je precej široka, smo se pa omejile na področje nakupovanja ob prazničnih dnevih med anketirano množico. Pri delu smo uporabile različne metode dela, ki so nas privedle do rezultatov in nam pomagale pri razlagi problema, s katerimi smo ugotovile, da je nakupovanje ob praznikih izredno pogost pojav in da ne zapravimo toliko za te nakupe, kot mogoče pričakujemo.

1 UVOD

1.1 Predstavitev izbrane teme in namen naloge

Smo učenke osmih razredov Osnovne šole iz Celja. V letošnjem šolskem letu smo se prvič odločile, da bomo izdelale raziskovalno nalogo. Pri delu smo pridobile pomembne izkušnje in se marsikaj naučile. Najzanimivejši del raziskovalne naloge je predstavljalo delo na terenu, izvedba ankete in intervjuvanje.

Ker imamo vsi radi praznike in pogosteje nakupujemo ob teh priložnostih, smo se odločile raziskovati na to temo med potrošniki v domačem mestu. Zanimalo nas je, ali anketiranci vedo, koliko praznikov imamo v Sloveniji, kateri so dela prosti dnevi, koliko praznikov imajo sosednje države Slovenije, katere praznike praznujemo, poznajo anketiranci vsebino posameznih državnih in verskih praznikov, ali se obdarujejo ob praznikih, kakšne nakupne navade imajo ob takih dnevih, kje preživljajo praznike, koga obdarujejo, koliko denarja porabijo za praznične nakupe....

Danes se verjetno prodajalci potrudijo bolj in porabijo več časa za to, da se posvetijo kupcu. Tako je verjetno uspešna prodaja povezana z dobro reklamo, ki pritegne kupčevo pozornost. Tega je veliko zlasti ob praznikih, ki jih množično praznujemo božič, novo leto, miklavžev, velika noč, osmi marec, valentinovo in še kakšen.

Pozanimale smo se tudi in izvedele, da so bile včasih nedelje namenjene počitku in druženju in so bile vse trgovine zaprte. Danes je ta podoba popolnoma drugačna. Ob nedeljah so odprti in velikokrat polni prav vsi nakupovalni centri. To pomeni, da večina ljudi nakupuje prav ta dan. Zakaj? Eden izmed razlogov je zagotovo spremenjen načina življenjskega ritma, ko čez teden primanjkuje časa, namenjenega nakupom.

Do vseh ugotovitev smo prišle s pomočjo številnih anket, ki smo jih opravile med različno staro populacijo, pogovorov, intervjujev, spletnih objav in strokovne literature.

1.2 Hipoteze

Na osnovi poznavanja in raziskovanja obravnavane teme in lastnih izkušenj smo si zastavile naslednje hipoteze, ki jih želimo z raziskovanjem ovreči ali potrditi:

1. Večina anketiranih ve, koliko dela prostih dni imamo v Sloveniji.
2. Najbolj priljubljeni so božično-novoletni prazniki.
3. Ob aktualnih praznikih se prodaja poveča.
4. Anketiranci veliko denarja porabijo za nakupe daril.
5. Anketiranci poznajo vsebine posameznih državnih in verskih praznikov.
6. Ob praznikih se večina ljudi obdaruje.

1.3 Metodologija dela

Pri raziskovalnem delu smo uporabile več različnih metod dela.

Te so bile naslednje:

- metoda dela z viri in literaturo;
- metoda anketiranja;
- metoda razgovora oziroma intervju in
- metoda obdelave podatkov.

1.3.1 Metoda dela z viri in literaturo

Osnova vsakega raziskovalnega dela in začetek dela je iskanje literature in obstoječih virov. Pri naši nalogi v literaturi nismo zasledili problematike o prazničnih nakupih in nakupnih navadah potrošnikov, zato sklepamo, da tematika s tega vidika še ni obdelana.

Našle pa smo številne članke in objave na raznih internetnih straneh.

Viri so pri naši nalogi pomembni in smo jih uporabile pri delu. Pomembni so predvsem ustni viri, ki smo jih pridobile na terenu ob izvajanju ankete in intervjujev ter povpraševanju pri posameznih osebah.

Pridobivale smo znanja o:

- nakupnih navadah,
- številu praznikov v Sloveniji in dela prostih dnevih,
- številu praznikov v sosednjih državah,
- pretiranemu potrošništvu oz. nepotrebnim nakupom,
- prazničnih navadah pri nas in v svetu.

1.3.2 Metoda anketiranja

Z metodo anketiranja smo pridobile podatke neposredno od anketirancev na terenu. Anketo smo izvedle med širšim krogom ljudi različnih starosti in poklicne strukture na območju mesta Celje z okolico. Anketa je vsebovala vprašanja zaprtega tipa. Izvedle smo jo v času med novembrom 2009 in februarjem 2010. Povprašale smo 195, naključno izbranih anketirancev. Anketiranci so anketni vprašalnik reševali resno, izločile smo samo 9 vprašalnikov, ki niso bili ustrezni.

1.3.3 Metoda razgovora

Z metodo intervjuvanja smo pridobile podatke, ki jih v literaturi ni. To je vključevalo razgovore z več prodajalkami v različnih trgovinah v Celju. Na ta način smo pridobile tudi nekaj informacij na našo obravnavano temo iz področja stroke.

1.3.4 Metoda obdelave podatkov

Vse anketne vprašalnike smo pregledale in rezultate prikazale s pomočjo grafov in analizirale zbrane podatke. Pri tem smo uporabile računalniške programe Microsoft Word in Microsoft Excel.

V raziskovalni nalogi so fotografije pripomoček, ki ob besedi ponazori stanje opisano v besedilu.

Podatke, pridobljene z razgovori v različnih trgovinah, smo uporabile pri analizi hipotez.

2 TEORETIČNI DEL NALOGE

2.1 Prazniki

Praznik je zame dogodek, ko smo skupaj s starši. Praznik je dela prost dan, so zanimivi dogodki, kot so kres, božična darila, velika noč, ko pride »zajček«.

Gašper, 9 let

Za mene je praznik čas veselja, ko vsi pridejo, je navdušenje nad prijatelji...

Hana, 9 let

Praznik je nek dan, ko smo doma, praznujemo, kam gremo, kaj dobrega pojemo, za novo leto dolgo bedimo in mečemo rakete, gremo v trgovine..

Jan, 9 let

Praznik, to je nek dan, ko nimamo pouka, smo prosti in večino časa preživimo skupaj z družino. Gremo po nakupih in se obdarimo.

Miha, 9 let

Je čas, ko se veselimo, ko grem z mamo po nakupih in kupim darila za prijatelje in starše. Skupaj s starši pojemo kosilo in gremo na izlete.

Tim, 9 let

Veliko nas praznuje, praznikov se veselimo, to je lep čas. O tem nam govorijo tudi odgovori nekaj četrtošolcev, ki so nam na vprašanje o praznikih povedali zgoraj zapisane odgovore.

Prazniki že tisočletja polnijo človeška življenja, mu dajejo smisel in ga lepšujejo. Praznik in praznovanje sta imela tako včasih, kot danes določen pomen. Nikoli v svoji zgodovini človek ni praznoval brez razloga.

S praznovanjem praznikov se teh zavedamo, krepimo znanje o njih in njihovi simboliki. Za vsakim praznikom in praznovanjem je dosti več vsebine, kot danes sploh še opazimo. Včasih so pomene praznikov poznali mnogo bolj, kot jih poznamo mi danes. Danes osnove praznovanja ob določenem prazniku sicer prepoznavamo s pomočjo znanja, ki ga pridobimo od staršev, učiteljev v šoli, a kljub temu menimo, da globine in pravega pomena velike večine praznikov še ne poznamo. Zdi se nam, da prazniki bolj temeljijo na površnem znanju poznavanja praznikov in predvsem na potrošništvu.

V nalogi nas je zanimalo, koliko praznikov ima Slovenija. Poiskale smo tudi praznike, ki jih imajo sosednje države Slovenije, Avstrija, Italija, Hrvaška in Madžarska.

2.1.1 Prazniki v Sloveniji

Po zakonu o praznikih in dela prostih dnevih v Republiki Sloveniji, objavljenem v Uradnem list RS, št. 26/91, 91/2005 in velja od 22.11.2005, imamo naslednje praznike, ki so dela prosti dnevi:

- 1. in 2. januar – novo leto,
- 8. februar – Prešernov dan, slovenski kulturni praznik,
- 27. april – dan upora proti okupatorju,
- 1. in 2. maj – praznik dela,
- 25. junij – dan državnosti,
- 1. november – dan spomina na mrtve,
- 26. december – dan samostojnosti,
- velikonočna nedelja in ponedeljek,
- binkoštna nedelja,
- 15. avgust – Marijino vnebovzetje,
- 31. oktober – dan reformacije in
- 25. december – božič.

Po Zakonu o praznikih in dela prostih dnevih v Republiki Sloveniji, v 3. členu se praznik oziroma dela prost dan, ki pride na nedeljo, ne prenaša na naslednji delovni dan. Skupaj imamo 14 praznikov.

2.1.2 Prazniki v sosednjih državah

Avstrija

- 1. januar, novo leto,
- 6. januar, sveti trije kralji,
- velikonočni ponedeljek,
- 1. maj, praznik dela,
- 25. maj, Jezusov vnebovход,
- binkoštni ponedeljek,
- 15. junij, sv. Rešnje telo,
- 15. avgust, Marijino vnebovzetje,
- 26. november, nacionalni dan,
- 1. november, vsi sveti,
- 8. december, brezmadežno spočetje,
- 25. december, božič in
- 26. december, dan obdarovanja.

Avstrija ima 13 dni praznikov.

Hrvaška

- 1. januar, novo leto,
- 6. januar, sveti trije kralji,
- velikonočni ponedeljek,
- 1. maj, praznik dela,
- 7. junij, Tijelovo
- 22. junij, dan antifašistične borbe,
- 25. junij, dan državnosti,
- 5. avgust, dan zmage in domovinske zahvalnosti,
- 15. avgust, velika gospa, veliki šmaren,
- 8. oktober, dan neodvisnosti,
- 1. november, vsi svetniki,
- 25. in 26. december, božični praznik.

Hrvaška ima 13 dni praznikov.

Italija

- 1. januar, novo leto,
- 6. januar, sveti trije kralji,
- velikonočni ponedeljek,
- 25. april, dan osvoboditve,
- 1. maj, praznik dela,
- 2. junij, dan republike,
- 15. avgust, Marijino vnebovzetje,
- 1. november, vsi sveti,
- 8. december, brezmadežno spočetje,
- 25. december, božič in
- 26. december, dan obdarovanja.

Italija ima 11 dni praznikov.

Madžarska

- 1. januar, novo leto,
- 15. marec, dan revolucije 1848,
- velikonočni ponedeljek,
- 1. maj, praznik dela,
- junij, binkošti,
- 20. avgust, Sv. Istvan,
- 23. oktober, spominski dan 1956,
- 1. november, vsi sveti,
- 25. december, božič in
- 26. december, dan obdarovanja.

Madžarska ima 10 dni praznikov.

Vir: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/cgi-bin/cshoquer?Lang=DE&Country=%
(20.2.2010)

Ob primerjavi praznikov pri nas v Sloveniji in sosednjih državah lahko vidimo, da so predvsem verski prazniki podobni vsem državam. Ima pa Slovenija največ praznikov na tem delu Evrope.

2.2 Nakupne navade in vpliv praznikov

Pri pregledu in iskanju virov o nakupovanju ob praznikih in zapravljenosti smo naletele na članek, ki smo ga našle na internetnih straneh.

Pomen nakupovanja se je skozi čas precej spremenil. Nakupovanje ni več samo nuja, postaja pogosto tudi izraba prostega časa. Nakupovanje je za sodobnega potrošnika počitek, relaksacija, preživljanje prostega časa. Sliši se lahko še tako čudno, ampak iz pogovorov s prodajalkami in anketiranci smo ugotovile, da veliko družin gre v nakupovalni center kar tako, na izlet.

V članku so omenjena naslednja stanja. Za obdarovanje namenimo polovico povprečne mesečne porabe gospodinjstva. Največ daril nakupijo ženske srednjih let, večina jih že ve, kaj bodo kupile, so pa to ženske z dobrimi mesečnimi dohodki. Kljub tem dejstvom, pa so za trgovce zanimivejši mlajši in starejši, z razlago, da so bolj impulzivni pri nakupih in jih je lažje zapeljati v ponudbo na prodajnem mestu. Večina ljudi, ki nakupuje že vnaprej ve, kaj bo kupila.

Vir: <http://24ur.com/ekskluziv/zanimivosti/zapravljeni-slovenci.html> (25.2.2010)

Potrošniki ob praznikih porabijo občutno več denarja. O tem smo povprašale tudi na banki.

Ta trend je opazen zlasti v mesecu decembru, ko trgovci preštevajo velike dobičke. Takrat je gneča tudi na bankah, kjer se poveča potreba po najemanju kratkoročnih kreditov. V mesecu januarju je manj bančnih kreditov, naraščati začnejo od marca do maja, od junija do oktobra pa spet povpraševanje po kreditih upada. (Povzeto po pogovoru z go. Ireno Klepej, bančno komercialistko, januar 2010).

2.3 Potrebe kupcev in potrošništvo

Kupci ponavadi kupujejo po pameti in po potrebah. Torej se odločijo, da bodo kupovali, nato kaj bodo kupili, kaj potrebujejo, nato pregledajo možnosti, kje zeleno kupiti in nato se odločijo za nakup. To velja za vsakdanje nakupe in nakupe ob posebnih priložnostih, kot so prazniki in pomembnejši datumi (rojstni dnevi, godovi, valentinovo..) (Tavčar, Uspešna prodaja je ključ do uspeha)

Prodajanje pogosto povezujemo s potrošništvom, ki lahko vodi tudi v odvisnost od nakupovanja. Pri iskanju informacij na to temo smo našle zanimiv članek iz leta 2006.

Vir: <http://24ur.com/ekskluziv/zanimivosti/zapravljeni-slovenci.html> (25.2.2010)



Če se vam zdi, da nenadzorovano porabljate svoje dohodke, vas lahko tolaži dejstvo, da niste edini. Foto: EPA

Ljudje, ki pravijo, da z denarjem ni mogoče kupiti sreče, preprosto ne poznajo pravih trgovin, je izjavila neka bogatašinja. Če v nakupovanju vidite pot do sreče, vam izjava zveni znano.

Raziskave so pokazale, da je od dva odstotka do deset odraslih nagnjenih k nakupovanju, ženske devetkrat bolj pogosto kot moški. Novejše študije so razkrile tudi skrb vzbujajočo odvisnost od nakupovanja pri mnogih najstnicah, občasno celo pri otrocih.

Na podlagi sledečih pet znakov lahko preverimo svoj odnos do nakupovanja:

1. Loti se nas vznemirjenje, če pomislimo, da bi se odpravili na nakupe, pri tem pa ne gre le za to, da si »malo privoščimo«. Če nakupovanje postane nujna dejavnost vsak teden ali

pogosteje, smo lahko že odvisni. Znanstveniki so odkrili, da se občutki evforije, ki jo občutijo odvisneži od nakupovanja, ne razlikujejo dosti od kemičnih reakcij v možganih zaljubljenec.

2. Pogosto je nihanje v razpoloženju. V trgovini smo lahko vznemirjeni in navdušeni, vendar temu sledi neizbežen padeč veselja. Ko prvotno vznemirjenje mine in je denar porabljen, postaneš otožen ali nejevoljen.

3. Kadar si povabljen na družinsko srečanje in zabavo, najprej pomisliš na nove nakupe, ne pa na druženje, sprostitev in razvedrilo.

4. V omarah imaš veliko novih oblek, čevljev ali modnih dodatkov, ki jih nikoli ne nosiš ali jih nadeneš enkrat in nikoli več. Ne zmeniš se pretirano za to, kaj kupuješ – le da nakupuješ.

5. Zabredeš v dolgove, ker s svojimi dohodki ne moreš vzdrževati svojih nakupovalnih navad.

V razvitem svetu drage nakupovalne razvade že preraščajo v epidemijo. V Avstriji je vedno več ljudi odvisnih od nakupovanja. Število teh se je v letu dni povečalo za deset odstotkov.

Večinoma so to ženske v starosti od 24 do 46 let in to kar v 60 odstotkih. Razlogi so različni. Nekateri z nakupovanjem odganjajo dolgčas, osamljenost ali stres.

Vir: <http://24ur.com/novice/slovenija/odvisnost-od-nakupovanja.html> (25.2.2010)

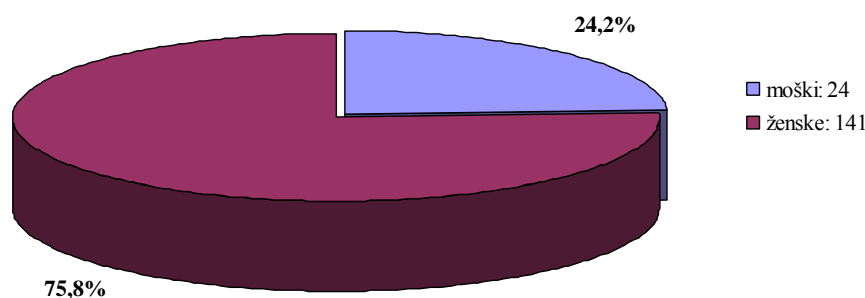
3 OSREDNJI DEL NALOGE

3.1 Analiza anket

S pomočjo anketnega vprašalnika smo iskale povezavo med prazniki in nakupovalnimi navadami potrošnikov. Ankete smo razdelile med širšo množico ljudi v mestu Celje in njeni okolici. Anketni vzorec je zajemal različno stare populacijo. Razdelile smo **195** anket in izločile devet anket, ki niso bile popolno izpolnjene. Statistična množica je bila tako **186** anket.

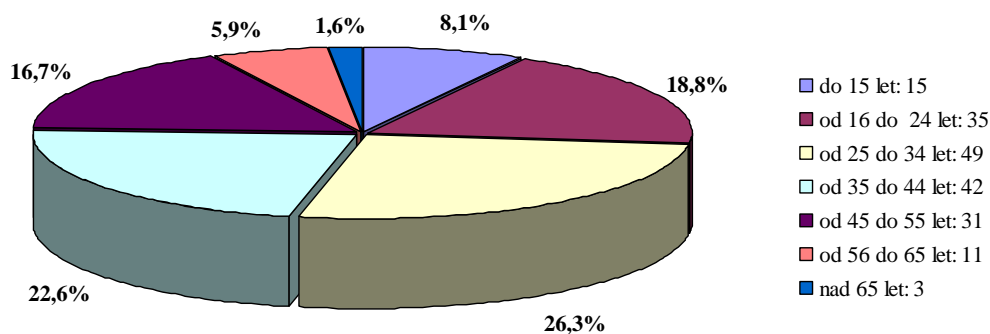
3.1.1 Opis raziskovalnih rezultatov na osnovi ankete

Graf 1: Spol anketirancev.



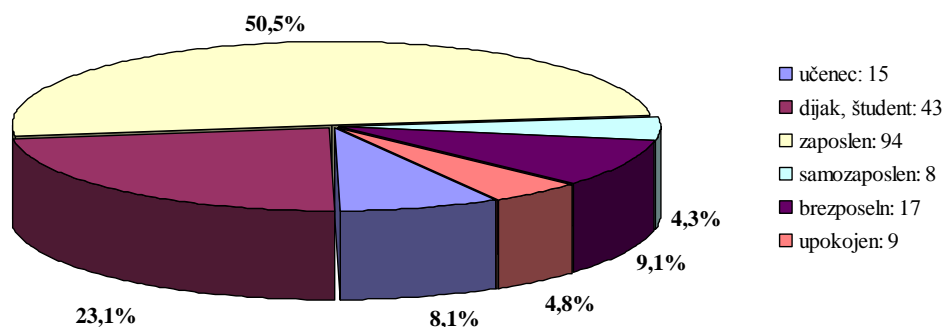
V anketi je sodelovalo 24 % vprašanih moških in 76 % žensk.

Graf 2: Starost anketirancev.



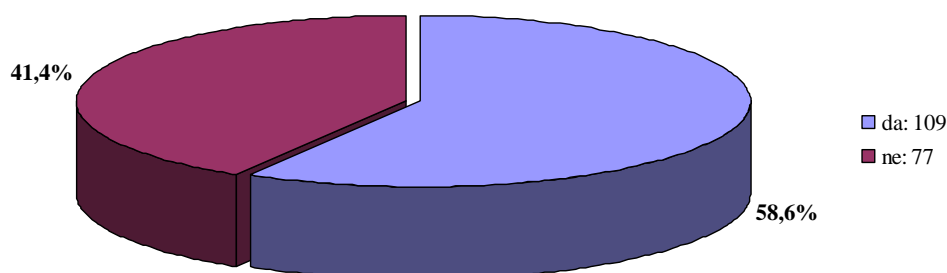
Iz grafa je razvidno, da je največje število anketiranih starih od 16 do 55 let, sledijo stari do 15 let in starejša populacija anketiranih, starih nad 65 let.

Graf 3: Status anketirancev.



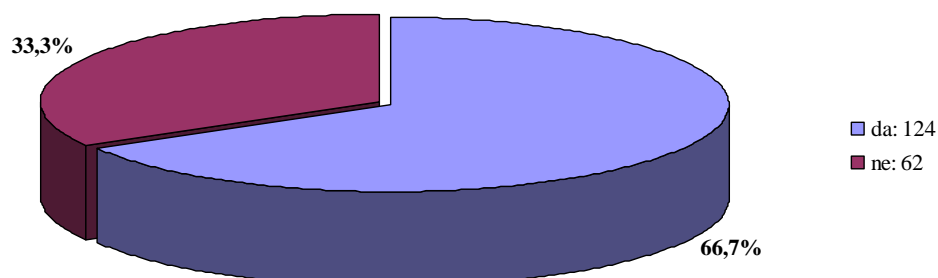
Več kot dobra polovica vprašanih anketiranih je zaposlena. Število anketiranih učencev, brezposelnih je bilo približno enako. Majhen je delež anketiranih samozaposlenih in upokojenih.

Graf 4: Ali veste koliko dela prostih dni imamo v Sloveniji?



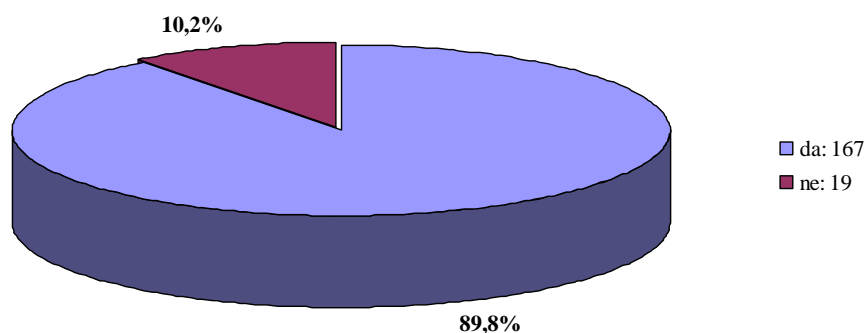
109 vprašanih ali dobrih 59 % anketiranih ve, koliko dela prostih dni imamo.

Graf 5: Vam ustreza število prostih, prazničnih dni?



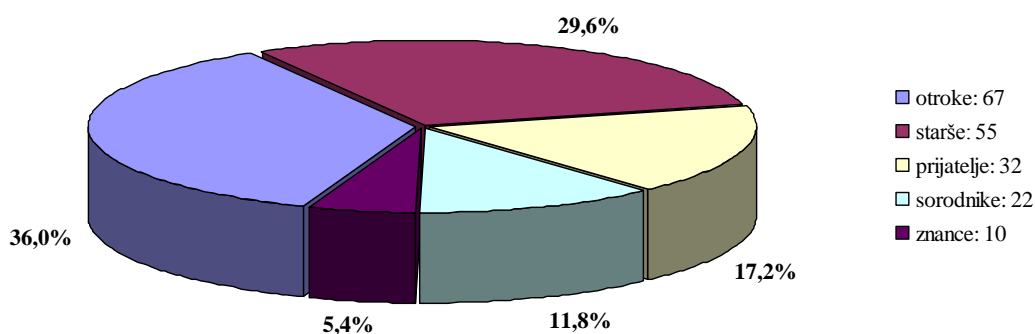
67 % vprašanih se strinja s številom prostih dni, 33 % pa število prostih, prazničnih dni ne ustreza.

Graf 6: Se ob praznikih obdarujete?



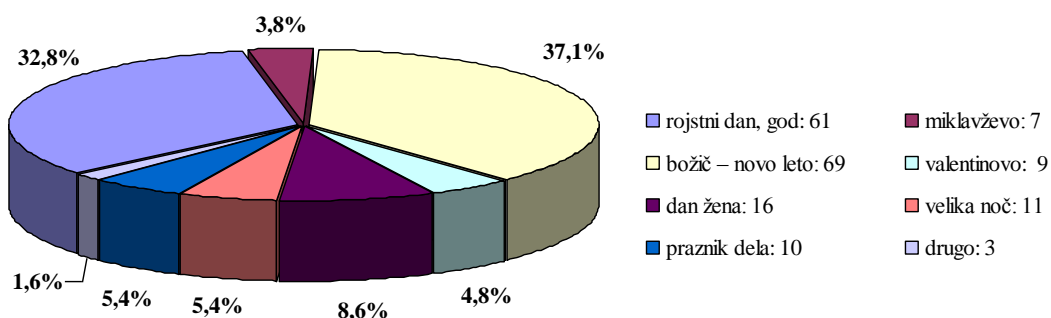
90 odstotkov vprašanih se obdaruje, torej velika večina kupuje darila ob praznikih.

Graf 7: Koga obdarite?



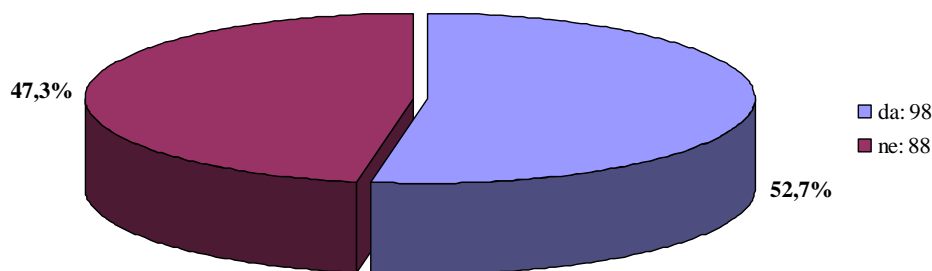
Najpogosteje obdarimo otroke in starše, tem sledijo prijatelji, sorodniki in znanci.

Graf 8: Kateri praznik vam je najljubši?



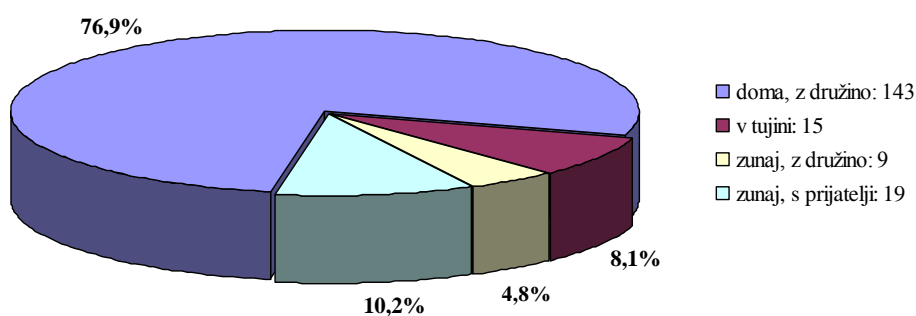
Najljubša praznika sta več kot polovici anketiranih rojstni dan in god ter božično-novoletni prazniki, sledijo dan žena, velika noč, praznik dela, valentinovo, velika noč, miklavževo in drugi prazniki (bajram).

Graf 9: Poznate vsebino, pomen vseh državnih in verskih praznikov?



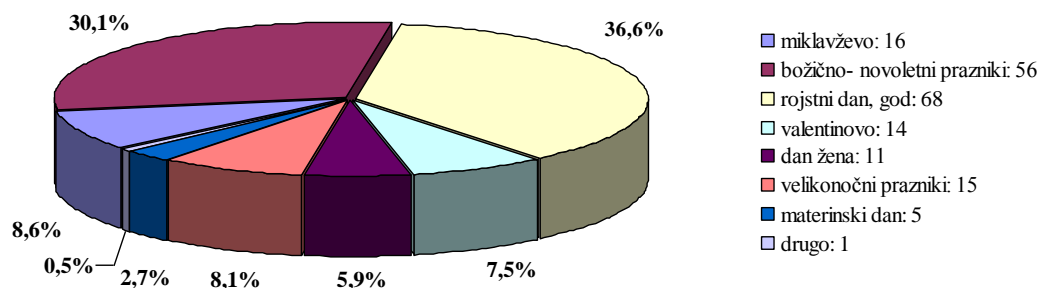
Dobra polovica vprašanih pozna vsebino posameznih praznikov, prav tako velik odstotek pa prazničnih vsebin ne pozna natančno.

Graf 10: Kje ponavadi preživite praznike?



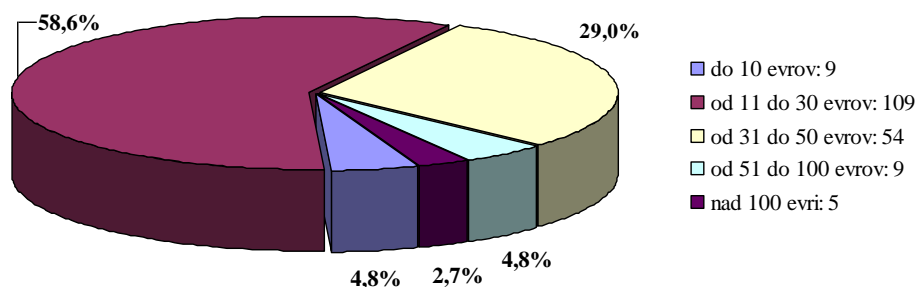
Tri četrtine vprašanih praznuje doma, z družino, 10 % jih pogosto praznuje zunaj s prijatelji, 8 % pa jih praznuje v tujini, le slabih 5 % jih praznuje zunaj z družino.

Graf 11: Ob katerih praznikih najpogosteje kupite darilo?



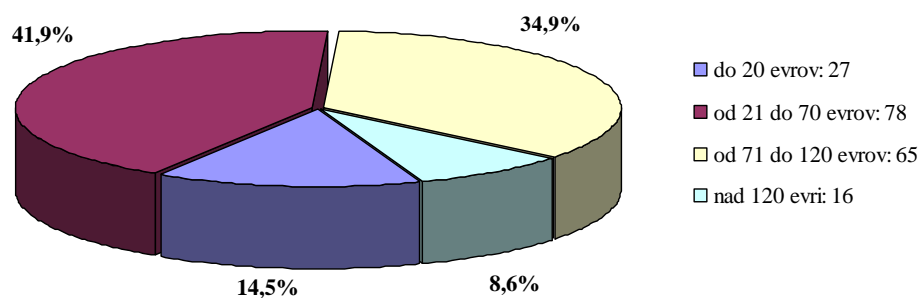
Najpogostejši vzrok nakupa darila, je nakup ob rojstnih dnevih (37 %), sledijo nakupi ob božično-novoletnih praznikih (30 %), ostali prazniki so zastopani v podobnih odstotkih. Najmanj nakupujejo ob materinskih dnevih. Razlog je morda iskati v tem, da so v večini na anketo odgovarjale ženske.

Graf 12: Koliko denarja ste pripravljeni porabiti za darilo?



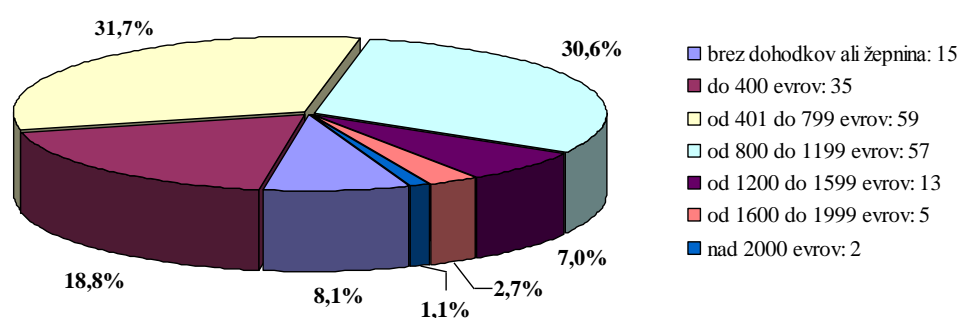
Zanimiv je podatek, koliko so anketiranci pripravljeni porabiti za nakup. 88 % vprašanih bi za nakupe porabilo le od 11 do 50 evrov. Samo slabe tri odstotke vprašanih bi za nakupe porabilo več kot 100 evrov.

Graf 13: Koliko denarja ste v povprečju porabili za zadnje božično-novoletne praznike?



Prav tako zanimiv pa je podatek, koliko so porabili za zadnje nakupe ob enem najprivlačnejših praznikov. Večji je delež porabe denarja za nakup daril, kot je pravzaprav želja porabiti. Največ jih je porabilo za nakupe v vrednosti od 21 do 70 evrov (42 %). 35 % je za božično-novoletne nakupe porabilo od 71 do 120 evrov. Najmanj pa jih zapravilo za nakupe v vrednosti nad 120 evri, le slabih 9 %.

Graf 14: Mesečni dohodek.



Mesečni prihodek med anketiranci je bil zelo raznolik. Največji delež anketirancev ima dohodek med 400 in 1200 evri (62,3 %). Sledijo anketiranci z dohodki do 400 evrov. Teh je ok. 19 % . Majhen je delež anketirancev z dohodki večjimi od 1200 evrov (7 %), še manjši pa delež tistih, ki imajo dohodek večji od 1600 evrov in več (3,8 %).

3.1.2 Intervjuji

Opravile smo tudi nekaj intervjujev v različnih trgovinah, v nakupovalnem središču City Center Celje.

Intervju 1

Intervju s prodajalko Barbaro, v trgovini Baby Center - City Center Celje, datum 22. 2. 2010.

Raziskovalke: Kaj prodajate v vaši trgovini?

Prodajalka: Prodajamo otroško opremo in vse za otroka.

Raziskovalke: Kdo najpogosteje nakupuje pri vas?

Prodajalka: Bodoči starši, babice, dedki..

Raziskovalke: Kdaj je prodaja v trgovini največja?

Prodajalka: Ob vikendih, popoldan, pred prazniki.

Raziskovalke: Koliko denarja v povprečju porabijo potrošniki za nakup?

Prodajalka: Niso odgovorili, ker so podatki zaščiteni.

Raziskovalke: Ali morebitne akcije, popusti in reklama pripomorejo k večji prodaji?

Prodajalka: Da, seveda.

Raziskovalke: Ali potrošniki ob nakupu daril poprosijo za nasvet prodajalko?

Prodajalka: Absolutno.

Raziskovalke: Kdo potrebuje več pomoči?

Prodajalka: Starejši.

Intervju 2

Intervju s prodajalko (ni želela biti imenovana), v trgovini DM - City Center Celje, datum 22.2.2010.

Raziskovalke: Kaj prodajate v vaši trgovini?

Prodajalka: Prodajamo kozmetiko, ličila, čistila, otroško nego..

Raziskovalke: Kdo najpogosteje nakupuje pri vas?

Prodajalka: Mlajši in starejši.

Raziskovalke: Kdaj je prodaja v trgovini največja?

Prodajalka: Ob vikendih, praznikih.

Raziskovalke: Koliko denarja v povprečju porabijo potrošniki za nakup?

Prodajalka: Niso odgovorili, ker so podatki zaščiteni.

Raziskovalke: Ali morebitne akcije, popusti in reklama pripomorejo k večji prodaji?

Prodajalka: Da.

Raziskovalke: Ali potrošniki ob nakupu daril poprosijo za nasvet prodajalko?

Prodajalka: Da.

Raziskovalke: Kdo potrebuje več pomoči?

Prodajalka: Ženske.

Intervju 3

Intervju s prodajalko Sanjo, v trgovini Accessoires, City Center Celje, datum 22.2.2010.

Raziskovalke: Kaj prodajate v vaši trgovini?

Prodajalka: Modne dodatke.

Raziskovalke: Kdo najpogosteje nakupuje pri vas?

Prodajalka: Ženske.

Raziskovalke: Kdaj je prodaja v trgovini največja?

Prodajalka: Ob božično-novoletnih praznikih.

Raziskovalke: Koliko denarja v povprečju porabijo potrošniki za nakup?

Prodajalka: Niso odgovorili, ker so podatki zaščiteni.

Raziskovalke: Ali morebitne akcije, popusti in reklama pripomorejo k večji prodaji?

Prodajalka: Da.

Raziskovalke: Ali potrošniki ob nakupu daril poprosijo za nasvet prodajalko?

Prodajalka: Da.

Raziskovalke: Kdo potrebuje več pomoči?

Prodajalka: Ženske.

Intervju 4

Intervju s prodajalko Andrejo v trgovini Promod, City Center Celje, datum 22. 2. 2010-03-09

Raziskovalke: Kaj prodajate v vaši trgovini?

Prodajalka: Ženska oblačila.

Raziskovalke: Kdo najpogosteje nakupuje pri vas?

Prodajalka: Srednja populacija.

Raziskovalke: Kdaj je prodaja v trgovini največja?

Prodajalka: Ob vikendih, popoldan.

Raziskovalke: Koliko denarja v povprečju porabijo potrošniki za nakup?

Prodajalka: Niso odgovorili, ker so podatki zaščiteni.

Raziskovalke: Ali morebitne akcije, popusti in reklama pripomorejo k večji prodaji?

Prodajalka: Da.

Raziskovalke: Ali potrošniki ob nakupu daril poprosijo za nasvet prodajalko?

Prodajalka: Da.

Raziskovalke: Kdo potrebuje več pomoči?

Prodajalka: Starejši.

Intervju 5

Intervju s prodajalko Lili, v trgovini Limoni, City Center Celje, datum 22.2.2010.

Raziskovalke: Kaj prodajate v vaši trgovini?

Prodajalka: Ličila in kozmetiko.

Raziskovalke: Kdo najpogosteje nakupuje pri vas?

Prodajalka: Ženske.

Raziskovalke: Kdaj je prodaja v trgovini največja?

Prodajalka: Ob praznikih in vikendih.

Raziskovalke: Koliko denarja v povprečju porabijo potrošniki za nakup?

Prodajalka: Niso odgovorili, ker so podatki zaščiteni.

Raziskovalke: Ali morebitne akcije, popusti in reklama pripomorejo k večji prodaji?

Prodajalka: Da.

Raziskovalke: Ali potrošniki ob nakupu daril poprosijo za nasvet prodajalko?

Prodajalka: Da.

Raziskovalke: Kdo potrebuje več pomoči?

Prodajalka: Starejši.

Intervju 6

Intervju s prodajalko Majo v trgovini Zara, City Center Celje, datum 22.2.2010.

Raziskovalke: Kaj prodajate v vaši trgovini?

Prodajalka: Moška oblačila.

Raziskovalke: Kdo najpogosteje nakupuje pri vas?

Prodajalka: Moški.

Raziskovalke: Kdaj je prodaja v trgovini največja?

Prodajalka: Popoldan in božiču.

Raziskovalke: Koliko denarja v povprečju porabijo potrošniki za nakup?

Prodajalka: Niso odgovorili, ker so podatki zaščiteni.

Raziskovalke: Ali morebitne akcije, popusti in reklama pripomorejo k večji prodaji?

Prodajalka: Da.

Raziskovalke: Ali potrošniki ob nakupu daril poprosijo za nasvet prodajalko?

Prodajalka: Da.

Raziskovalke: Kdo potrebuje več pomoči?

Prodajalka: Starejši.

3.1.3 Analize hipotez

Ali zastavljene hipoteze potrdimo ali zavržemo:

1. Večina anketiranih ve, koliko dela prostih dni imamo v Sloveniji.

Prvo hipotezo lahko potrdimo, saj je več kot polovica vprašanih (58,6 %) odgovorila, da ve koliko dela prostih dni imamo. Prav tako jim ustreza število prostih, prazničnih dni.

2. Najbolj priljubljeni so božično-novoletni prazniki.

Tudi to hipotezo lahko sprejmemo, saj smo z anketo potrdile našo domnevo. Najbolj priljubljeni so božično-novoletni prazniki (37,3 %), sledijo rojstni dnevi (32,8 %), velika noč (5,9 %), praznik dela (5,4 %), valentinovo (4,8 %).

3. Ob aktualnih praznikih se prodaja poveča.

Hipotezo tri prav tako potrdimo, saj smo ugotovile, tudi s pomočjo intervjujev v trgovinah in prebranih člankov, da se prodaja poveča, tudi za dvakrat.

4. Anketiranci veliko denarja porabijo za nakupe daril.

To hipotezo lahko ovržemo. Podatki nam kažejo, da večina anketirancev porabi za nakupe daril od 21 do 70 evrov. To kaže na zmerno uporabo denarja ob nakupih.

5. Anketiranci poznajo vsebine posameznih državnih in verskih praznikov.

Tukaj so razmerja med anketiranci, ki poznajo vsebine verskih in državnih praznikov deljena, saj le malo več kot polovica natančno pozna vsebine praznikov (52,7 %). 47,3 %

anketiranih pa ne pozna natančno pomena vseh praznikov. Kljub temu hipotezo potrdimo, saj je odstotek, tistih, ki praznike poznajo večji.

6. *Ob praznikih se večina ljudi obdaruje.*

Tudi to hipotezo moramo potrditi, kajti 90 % vprašanih se ob različnih praznikih obdaruje.

4 ZAKLJUČEK

Število praznikov se v posameznih državah razlikuje. Podobnost med prazniki v Sloveniji in sosednjimi državami je predvsem pri verskih praznikih. Slovenija se uvršča med države, ki imajo največ praznikov. Slovenija ima skupno 14 praznikov.

Z anketami smo ugotovile, da anketiranci poznajo praznike, ki so dela prost dan. Ker je veliko praznikov takih, ob katerih se obdarujemo, smo ugotovile, da se najpogosteje obdarujemo v decembrskem času, ob božiču in novem letu ter ob osebnih praznikih, kot so rojstni dnevi.

Ravno v tem času se prodaja v trgovinah poveča, skoraj podvoji. K dobri prodaji prispevajo tudi akcije in popusti

Kar 90 % vprašanih se ob praznikih obdaruje. Najbolj zvesti nakupovalci so ženske, starejši, ki nakupujejo predvsem za otroke, starše, prijatelje in znance. Pri izbiri nakupa največ pomoči potrebujejo starejši. Za darilne nakupe pa anketiranci niso pripravljene odšteti veliko denarja, največ bi jih za nakupe odštelo od 21 do 50 evrov. Medtem, ko rezultati na vprašanje, koliko so porabili pri zadnjih božično-novoletnih nakupih kažejo, da so porabili nekaj več evrov, kot so pripravljene zapraviti.

Najbolj priljubljena praznika sta božič in osebni praznik, rojstni dan.

V nalogi smo ugotovile nekaj značilnosti v povezavi med nakupi ob prazničnih dnevih. Za vzorec anketiranih je značilno, da radi nakupujejo ob teh priložnostih. Nakupujejo pogosteje ženske, obdarujemo se ob različnih praznikih. Ugotovile smo, da vzorec anketiranih oseb porabi zmerno vsoto denarja za nakupe in pri nakupih dajejo večji pomen bližnjim osebam, s katerimi tudi najpogosteje preživijo praznike in to doma.

5 VIRI IN LITERATURA

Vir: <http://24ur.com/novice/slovenija/odvisnost-od-nakupovanja.html> (25.2.2010)

Vir: <http://24ur.com/ekskluziv/zanimivosti/zapravljivi-slovenci.html> (25.2.2010)

Vir: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/cgi-bin/cshoquer?Lang=DE&Country=%
(20.2.2010)

Ovsec, Damjan J., 1994, Velika knjiga o praznikih, praznovanja na Slovenskem in po svetu,
3. izdaja, Mladinska knjiga

Tavčar, M., 1996, Uspešna prodaja je ključ do uspeha, 1. izdaja, Ljubljana

Vide, Marko, 2006, Krasni novi svet potrošnje, Ljubljana



Prazniki in nakupne navade potrošnikov

Anketni vprašalnik

1 Spol moški ženski

2 Starost

- do 15 let
- od 16 do 24 let
- od 25 do 34 let
- od 35 do 44 let
- od 45 do 55 let
- od 56 do 65 let
- nad 65 let

3 Status

- učenec
- dijak-študent
- zaposlen
- samozaposlen
- brezposeln
- upokojen

4 Ali veste, koliko dela prostih dni imamo v Sloveniji?

- da
- ne

5 Vam ustreza število prostih, prazničnih dni?

- da
- ne

6 Se obdarujete ob praznikih?

- da
- ne

7 Koga obdarite:

- otroke
- starše
- prijatelje
- sorodnike
- znance

8 Kateri praznik vam je najljubši?

- rojstni dan, god
- božič, novo leto
- miklavževo
- valentinovo
- dan žena
- velika noč
- praznik dela
- drugo: _____

9 Poznate vsebine, pomen vseh državnih in verskih praznikov?

- da
- ne

10 Kje ponavadi preživite praznike?

- doma, z družino
- v tujini
- zunaj, z družino
- zunaj, s prijatelji

11 Ob katerih praznikih najpogosteje kupite darilo?

- božično- novoletni prazniki
- miklavževo
- rojstni dan, god
- valentinovo
- velikonočni prazniki
- 8. marec, dan žena
- materinski dan
- drugo: _____

12 Koliko denarja ste pripravljeni porabiti za darilo:

- do 10 evrov
- od 11 do 30 evrov
- od 31 do 50 evrov
- od 51 do 100 evrov
- več kot 100 evrov

13 Koliko denarja ste v povprečju zapravili za zadnje božično novoletne praznike?

- do 20 evrov
- od 21 do 70 evrov
- od 71 do 120 evrov
- nad 120 evri

14 Mesečni dohodek:

brez dohodkov, žepnina

- do 400 evrov
- od 401 799 evrov
- od 800 do 1199 evrov
- od 1200 do 1599 evrov

IZJAVA*

Mentor (-ica), _____, v skladu z 2. in 17. členom Pravilnika raziskovalne dejavnosti »Mladi za Celje« Mestne občine Celje, zagotavljam, da je v raziskovalni nalogi naslovom _____, katere avtorji (-ice) so _____, _____, _____ :

- besedilo v tiskani in elektronski obliki istovetno,
- pri raziskovanju uporabljeno gradivo navedeno v seznamu uporabljene literature,
- da je za objavo fotografij v nalogi pridobljeno avtorjevo (-ičino) dovoljenje in je hranjeno v šolskem arhivu;
- da sme Osrednja knjižnica Celje objaviti raziskovalno nalogo v polnem besedilu na spletnih portalih z navedbo, da je nastala v okviru projekta Mladi za Celje,
- da je raziskovalno nalogo dovoljeno uporabiti za izobraževalne in raziskovalne namene s povzemanjem misli, idej, konceptov oziroma besedil iz naloge ob upoštevanju avtorstva in korektnem citiranju,
- da smo seznanjeni z razpisni pogoji projekta Mladi za Celje.

Celje, _____

žig šole

Šola

Podpis mentorja(-ice)

Podpis odgovorne osebe

* Pojasnilo

V skladu z 2. in 17. členom Pravilnika raziskovalne dejavnosti »Mladi za Celje« Mestne občine Celje je potrebno **podpisano izjavo mentorja(-ice) in odgovorne osebe šole uvezati v izvod za knjižnico**, dovoljenje za objavo avtorja(-ice) fotografskega gradiva, katerega ni avtor(-ica) raziskovalne naloge, pa hrani šola v svojem arhivu.