

# Za kaj srednješolci trošimo denar?

Ekonomija

Raziskovalna naloga

Avtorici: Sara Mlakar

Sara Novak

Mentorica: Patricija Koler

Somentorica: Milica Selinšek

Ptuj, 2017

## **Zahvala**

Čeprav sva po naravi pridni dijakinji, raziskovalne naloge ne bi mogli opraviti brez pomoči drugih.

Najprej bi se radi zahvalili najini mentorici Patriciji Koler za strokovno pomoč, ki naju je podpirala in vodila ter naredila raziskovanje še zanimivejše.

Zahvalile bi se tudi najini mentorici Milici Selinšek, ki je raziskovalno nalogo pregledala in odstranila napake, ko nama je ponagajal tiskarski škrat.

Zahvala gre tudi vsem fokusnim skupinam in anketirancem za podatke o njihovem potrošništvu.

Zahvalile bi se tudi sošolkam, ki so nama pisale zapisnik pri fokusnih skupinah.

## **Kazalo**

1	Uvod .....	6
2	Teoretični del.....	7
2.1	Pojasnitev pojmov iz naslova.....	7
2.2	Dosedanje raziskave.....	7
2.3	Splošno o potrošniških navadah/ potrošništvu.....	8
2.4	Potrošniška vzgoja mladih .....	9
3	Metodologija .....	10
4	Rezultati fokusnih skupin in spletne ankete .....	13
4.1	Analiza fokusnih skupin glede na posamezna vprašanja in analiza spletne ankete.....	13
4.2	Razgovori s starši .....	23
5	Razprava.....	24
6	Zaključek.....	25
7	Viri in literatura .....	26
8	Priloge .....	27

## Kazalo slik

Slika 1: Fokusna skupina dijakov Strojne šole Ptuj (Vir: Novak S., 2017).....	10
Slika 2: Fokusna skupina dijakov Elektro in računalniške šole Ptuj - program PTI.....	11
Slika 3: Fokusna skupina dijakov Gimnazije Ptuj (Vir: Novak S., 2017) .....	11
Slika 4: Fokusna skupina dijakov Ekonomske šole Ptuj - smer PTI (Vir: Mlakar S., 2017) .....	11
Slika 5: Fokusna skupina dijakov Ekonomske šole Ptuj (Vir: Mlakar S., 2017).....	12
Slika 6: Struktura anketirancev po izobrazbi .....	13
Slika 7: Mesečni prihodki dijakov .....	15
Slika 8: Mesečni izdatki dijakov ERŠ-PTI.....	16
Slika 9: Mesečni izdatki dijakov GIM .....	16
Slika 10: Mesečni izdatki dijakov EŠ .....	17
Slika 11: Mesečni izdatki dijakov EŠ-PTI.....	17
Slika 12: Mesečni izdatki dijakov SŠ .....	18
Slika 13: Letni prihodek dijakov in letni izdatki dijakov za oblačila in obutev .....	18
Slika 14: Mesečni izdatki dijakov.....	19
Slika 15: Oseba, s katero se najpogosteje odpravijo po nakupih .....	20
Slika 16: Kaj te prepriča v nakup? .....	20
Slika 17: Trgovine z živili, v katerih dijaki najpogosteje nakupujejo .....	21
Slika 18: Trgovine z oblačili, v katerih dijaki najpogosteje nakupujejo .....	22
Slika 19: Mesečni prihodki dijakov (spletna anketa) .....	27
Slika 20: Letni prihodek dijakov in letni izdatki dijakov za oblačila in obutev (spletna anketa) ....	27
Slika 21: Mesečni izdatki dijakov (spletna anketa).....	28
Slika 22: Oseba, s katero se najpogosteje odpravijo po nakupih (spletna anketa).....	28
Slika 23: Kaj te prepriča v nakup? (spletna anketa).....	29
Slika 24: Trgovine z živili v katerih najpogosteje nakupujejo dijaki (spletna anketa).....	29
Slika 25: Trgovine z oblačili v katerih najpogosteje nakupujejo dijaki (spletna anketa) .....	30

## Kazalo tabel

Tabela 1: Povprečni mesečni prihodki dijakov.....	15
---	----

## **Povzetek**

Tema raziskovalne naloge so potrošniške navade srednješolcev. Prav tako pa je to še zelo neraziskana tema, kar nama je predstavljajo velik izziv. Izvedeti sva želeli, za kaj srednješolci trošijo svoj denar, koliko in kje ga porabijo ter od kod ga dobijo.

Po analizi vseh podatkov sva ugotovili, da so dijaki zelo družabni, saj največji delež mesečnih prihodkov potrošijo za zabavo. Največje mesečne prejemke izmed vseh zajetih šol prejemajo dijaki Ekonomske šole – programa PTI, najmanjše pa gimnazijci. Oblečila najpogosteje nakupujejo v trgovini New Yorker, hrano in pijačo pa v neposredni bližini šole. Dijaki razmišljajo s svojo glavo in se ne odločijo za nakup zaradi drugih. Meniva pa, da bi bilo potrebno mladino osveščati o pametnejšem in enakomernejšem razpolaganju z denarjem, da bi večji delež njihovega mesečnega prejemka namenili varčevanju.

**Ključne besede: potrošništvo, denar, srednješolci.**

## **Abstract**

The theme of our research paper is titled: Consumer habits of high school students. Also, this theme has not been researched a lot, which has proven us a challenge. We wanted to find out, in what do our high school students invest their money in, how much and where do or from whom do they get it? After our analysis of information, we have found out, that our students are very social, because they spend most of their monthly pocket money for fun and parties. The most pocket money from all of our interviewed high school students are getting the students from The Secondary School of Economics – PTI program, and the least pocket money are getting the students from the Grammar School. They mostly get their clothes from Ney Yorker and they buy their foods and drink from the school area. The students are thinking with their own heads, so they don't buy what others tell them to. We think, that it would be smart to inform our youth to spend their money more wisely, so that they would have more money to save.

**Key words: consumerism, money, high school students.**

# 1 Uvod

V središču potrošništva je potrošnik, ki sta mu na voljo prosti čas in kupna moč. Trgovci še vedno menijo, da so mladi med najzahtevnejšimi potrošniki, zato se jim vseskozi prilagajajo. In v katerih trgovinah srednješolci dandanes najraje nakupujemo? Imamo raje nakupovalne centre, manjše trgovine, trgovine z dragimi izdelki ali raje posegamo po cenovno dostopnih izdelkih? Koliko denarja mesečno porabimo za zabavo? Koliko denarja sezonsko porabimo za oblačila in obutev? Ta vprašanja so se nama zdela zanimiva, zato sva se odločili, da bova raziskali potrošniške navade nas - srednješolcev. Za najino raziskovalno nalogo sva izbrali tako temo z naslovom "Za kaj srednješolci trošimo denar?".

Na začetku raziskovanja sva si postavili ciljno naravnana vprašanja, ki so:

- Za kaj srednješolci trošijo svoj denar?
- Koliko ga porabijo?
- Kje ga porabijo?
- Od kod dobijo denar?

Na začetku raziskovanja sva oblikovali naslednje hipoteze:

1. Predvidevava, da gimnazijci prejemajo največje mesečne prejemke, dijaki PTI programa pa najnižje mesečne prejemke izmed vseh zajetih šol.
2. Predvidevava, da srednješolci največ nakupov svojih oblačil opravijo v trgovinah New Yorker, hrano in pijačo pa najpogosteje kupijo v neposredni bližini šole.
3. Predvidevava, da gimnazijci izmed vseh zajetih šol potrošijo najmanjši delež prejetega denarja za zabavo.

Da bova prišli do zelenih odgovorov, bova v najini raziskovalni nalogi najprej razložili osnovne pojme iz naslova, nato bova na kratko predstavili dosedanje raziskave na temo potrošništva. Na kratko bova opisali tudi potrošništvo. Zbrane podatke bova predstavili s pomočjo ankete in fokusnih skupin, ki je ena najpogosteje uporabljenih kvalitativnih raziskovalnih metod. Na koncu pa sledi še analiza in ugotovitve najine raziskave.

## 2 Teoretični del

V teoretičnem delu bova na kratko razložile pojme iz naslova in pojme, ki so se nama zdeli pomembni za boljše razumevanje raziskovalne naloge. Opisali bova dosedanje raziskave na to temo. Na kratko pa bova predstavili tudi potrošništvo nasploh in potrošništvo mladih.

### 2.1 Pojasnitev pojmov iz naslova

Da bi bilo najino raziskovanje jasnejše zastavljeno, sva pojasnili posamezne pojme iz naslova raziskovalne naloge "Za kaj srednješolci trošimo denar?". Pri tem sva si pomagali s Slovarjem slovenskega knjižnega jezika (2000).

Poiskali sva razlago naslednjih pojmov: denar, nakupovati, trošiti in potrošnik.

Denar je splošno veljavno plačilno sredstvo in merilo vrednosti (Bajec, 2000).

Nakupovati pomeni dobivati kaj tako, da se plačuje dogovorjena cena oziroma prihajati z nakupovanjem do česa (Bajec, 2000).

Trošiti pomeni narediti oziroma narediti, da je vedno manj razpoložljivih materialnih dobrin (Bajec, 2000).

Potrošnik je vsaka fizična oseba, ki pridobiva ali uporablja blago (izdelke) ali storitve za namene izven njene poklicne ali pridobitne dejavnosti (Kdo je potrošnik?, 2008).

### 2.2 Dosedanje raziskave

Nakupovanje je postalo ena od ključnih pristočasnih dejavnosti. Mladi so namreč tisti potrošniki, ki sledijo novostim na trgu.

V diplomski delu Mance Vovko z naslovom "Potrošniška vzgoja mladih" sva zasledili raziskavo, ki je bila osredotočena na osnovnošolce in srednješolce. Rezultati raziskave so pokazali, da osnovnošolci v primerjavi s srednješolci prejema manjše žepnine. Osnovnošolci zahajajo v trgovine in nakupovalne centre redkeje kot srednješolci. Za bolj upravljive so se izkazali osnovnošolci, saj jih večina zapravi ves svoj denar. Dijaki vsega denarja ne zapravijo, vendar ga v večini namenijo druženju ali nakupom, ostanek pa namenijo varčevanju. Srednješolci so torej zaradi lastnih izkušenj ter potrošniške vzgoje racionalnejši pri svojih nakupovalnih navadah kot osnovnošolci, večji del žepnine, štipendije ali plače, ki jo prejmejo, namenijo druženju s prijatelji.

Zadnja raziskava, ki je bila izvedena in res osredotočena na segment mladine, je bila Mladina avtorjev dr. Vlada Miheljaka in dr. Mirjam Ule. Slednja je bila zadnjič izvedena v letu 2000, torej pred 17 leti. Takrat so rezultati glede nakupovanja in potrošniških navad pokazali naslednje: da mladi najrajši kupujejo oblačila, hrano, pijačo, kozmetiko in glasbene zgoščenke, da so mladi nakupovanju na splošno naklonjeni, a daleč od tega, da bi bili z njim preobremenjeni, da jim je nakupovanje vseč predvsem kot način preživljanja prostega časa s prijatelji, da je nakupovanje pri mladih tako načrtovano kot spontana dejavnost, da so mladi na splošno dokaj nagnjeni k tehtanju ne le simbolnih vrednosti izdelka, temveč tudi k oceni kakovosti in cene izdelka in da mladi radi verjamejo, da so pri nakupnih izbirah samostojni. Na njihovo potrošnjo tudi nima nihče odločilnega vpliva, zlasti ne mama in oglasi (Pušnik, 2010).

## 2.3 Splošno o potrošniških navadah/ potrošništvu

Vsi smo aktivni udeleženci potrošniške prakse. Prav tako vsi poznamo nakupovalna središča, malo morje različnih trgovin, ki poleg osnovnega nakupovanja ponujajo vrsto „obnakupnih“ aktivnosti. Neprenehoma smo soočeni z oglaševalskimi mediji, izdelki, storitvami in drugimi ljudmi, ki nas nagovarjajo k nakupu ali prodaji (Možina et al., 2010).

Potrošništvo pride iz besede potrošnik, uporabnik izdelkov in storitev. Potrošništvo kroji večino naših dni, s svojimi slabimi in dobrimi stranmi. Poznamo potrošništvo kot človeško nujo in potrebo, brez katere preprosto ne bi preživali in sodobno potrošništvo, ki je socialna in kulturna plat kapitalizma, v katerem živimo (Crnović, 2008).

Ločimo dve vrsti nakupovalnih navad. Prve so tiste, v okviru katerih potrošnik kupuje izdelke, ki jih resnično potrebuje in kupuje takrat, ko jih resnično potrebuje. Ključni merili pri nakupu pa sta kakovost in uporaba izdelka.

K drugi vrsti nakupovalnih navad spadajo hedonistične navade, kar pomeni, da potrošnik nakupuje zato, ker mu je nekaj všeč. V trgovinah zadržuje dlje časa, zanj je nakupovanje pogostejše tudi življenjski slog. Značilna je čustvena zavzetost; med nakupovanjem privlačnih in estetskih izdelkov potrošnik doživlja prijetna čustva.

Kaj bomo kupili, je odvisno od našega zaznavanja blagovne znamke znotraj iste kategorije izdelkov. Potrošniku so lahko določeni izdelki privlačni, drugi nepomembni, tretjih se zavestno izogiba. Pri nakupovanju pogosto nastopajo individualne potrebe in motivi.

Mednje sodijo:

- navade in razvade: vsakdo ima svoje priljubljene izdelke, ki jim namenja prednost, priboljške, ki se jim težko odpove,
- posebni interesu in področja zanimanja: šport, glasba,
- posameznikova vrednostna usmerjenost; kdor se navdušuje nad gmotnimi dobrinami, bo polnil stanovanje s tehničnimi dosežki, komur pa je v ospredju družina, bo družini namenjal prednost pri nakupovanju.

Navadno se pri nakupovanju ti motivi povezujejo. Kupimo torej nekaj, kar potrebujemo in je na voljo po primerni ceni. Kupim nekaj, ker mi je to všeč, a je tudi kakovostno. Včasih prevladujejo razumski vzgibi (potreba, gospodarnost), drugič čustveni, najpogosteje pa se ti vzgibi prepletajo (Žigon, 2010).



## 2.4 Potrošniška vzgoja mladih

Na mladih svet stoji. Generacije, ki pridejo za nami, so tiste, ki v svet prinašajo inovativne ideje in rešitve. A za trdne temelje je potrebno poskrbeti že zgodaj v otroštvu.

Primarni del vzgoje in socializacije se začne praktično že z rojstvom in se izvaja znotraj ožjega družinskega kroga. Kasneje otrok vstopi v svet izobraževalnih ustanov, kjer je večji poudarek na formalni strokovni izobrazbi. To se nato odvija vse do pridobitve diplomskega oziroma magistrskega naziva, ko posameznik vstopi v t. i. resnično življenje – odgovorno odraslo vsakdanje življenje. Takrat mora združiti vsa pridobljena znanja, ne le strokovnih temveč tudi ostalih izkušenj in spretnosti, ki jih je pridobil tekom vzgoje in izobraževanja.

Potrošništvo sega že na vsa področja in pomembno vpliva na naše vsakdanje življenje. Nakupovanje že dolgo ni le nakup osnovnih dobrin za preživetje. Razvila se je prava nakupovalna izkušnja, skozi katero se potrošniku odpre nov svet potreb, ki jih lahko zadovolji le z nakupovanjem novih dobrin. To se lahko sprevrže v nezavedno dejanje. Zato je zelo pomembno, da se že zelo zgodaj naučimo prepoznavati vzorce tovrstnega vedenja in jih kontrolirati. Del te naloge opravi že primarna vzgoja, prav tako pomembna pa so tudi vsa znanja, ki se jih naučimo tekom šolanja.

Potrošniška vzgoja je zelo pomembna, saj se tako mladi izobrazimo glede oglaševalskih pasti in se naučimo kako ravnati ekonomično, torej tako, da imamo še vedno možnost eksperimentiranja brez prevelikega zapravljanja denarja (Žigon, 2010).

### 3 Metodologija

Za oblikovanje besedila raziskovalne naloge sva uporabljali računalnik, program Word in Excel, določene podatke pa sva pridobili s pomočjo spleta in strokovne literature. Dosedanjih raziskav in literature na to tematiko ni veliko, zato nisva imeli težav, ko sva si razdelili naloge.

Ko sva vedeli, kaj želiva z raziskovalno nalogo izvedeti, sva se odločili, kateri raziskovalni metodi bova izbrali. Izbrali sva si metodi fokusnih skupin (skupinski intervju) in anketiranja. Fokusne skupina je ena izmed najbolj pogosto uporabljenih kvalitativnih raziskovalnih metod. Izbrale sva si pet fokusnih skupin dijakov, od katerih sva pridobile podatke o njihovih potrošniških navadah.

To so dijaki:

- Ekonomske šole Ptuj – smer ekonomski tehnik in ekonomski tehnik PTI,
- Strojne šole Ptuj– smer strojni tehnik,
- Elektro in računalniške šole Ptuj – smer elektrotehnik PTI,
- Gimnazije Ptuj.

Fokusne skupine sva izvedli na naši šoli v promocijski učilnici. Vsako fokusno skupino je tvorilo 8 dijakov. Pomagali sva si z vnaprej sestavljenim anketnim vprašalnikom, po potrebi pa sva dodale še kako podvprašanje. Vsak dijak je dobil enaka vprašanja. Dijaki so odgovarjali prosto, pri zapisniku pa so nama pomagale sošolke. Pogovore sva zaradi boljše in lažje transkripcije zvočno snemali. Pogovori so trajali približno eno uro v sproščenem vzdušju, da so udeleženci lažje podajali svoje mnenje. Udeležence sva tudi pogostili s sokom in keksi. Na koncu vsakega intervjuja pa sva naredili še skupinske fotografije udeležencev, ki jih prilagava spodaj kot dokazno gradivo.



**Slika 1: Fokusna skupina dijakov Strojne šole Ptuj (Vir: Novak S., 2017)**



**Slika 2: Fokusna skupina dijakov Elektro in računalniške šole Ptuj - program PTI  
(Vir: Novak S., 2017)**



**Slika 3: Fokusna skupina dijakov Gimnazije Ptuj (Vir: Novak S., 2017)**



**Slika 4: Fokusna skupina dijakov Ekonomske šole Ptuj - smer PTI (Vir: Mlakar S., 2017)**



**Slika 5: Fokusna skupina dijakov Ekonomske šole Ptuj (Vir: Mlakar S., 2017)**

Izvedli sva tudi spletno anketo, ki sva jo naredili na spletni strani "Google Drive". Anketirancem sva spletno anketo oziroma link spletne ankete pošiljali preko družabnega omrežja Facebook, saj sva le tako dobili dober odziv. Vprašanja so bila odprtega in zaprtega tipa, hkrati pa so bila podobna tistim, ki sva jih uporabili za fokusne skupine. Spletna anketa vsebuje 24 vprašanj. Raziskava je bila opravljena tudi na vzorcu anketirancev, starih med 18 in 20 let, oziroma na vzorcu dijakov 4. letnikov ekonomske in strojne šole ter gimnazije, prav tako pa tudi 1. letnika programa elektrotehnik PTI.

Metodi fokusnih skupin in anketiranja sva si izbrali, ker sva le na takšen način lahko prišli do podatkov iz prve roke o tem, kako srednješolci trošijo svoj denar. Rezultati fokusnih skupin in spletne ankete so prikazani grafično, prav tako pa so tudi pisno obrazloženi.

## 4 Rezultati fokusnih skupin in spletne ankete

V nadaljevanju naloge sledi prikaz rezultatov fokusnih skupin in spletne ankete, ki zajema grafični prikaz in interpretacijo posameznih rezultatov. V interpretaciji navajava najpomembnejše in najzanimivejše ugotovitve. Zaradi varovanja podatkov v raziskovalni nalogi nisva uporabile imen intervjuvancev fokusnih skupin. Imena dijakov sva zamenjali z oznakami dijak 1 do dijak 8. Zamenjava je bila naključna.

### 4.1 Analiza fokusnih skupin glede na posamezna vprašanja in analiza spletne ankete

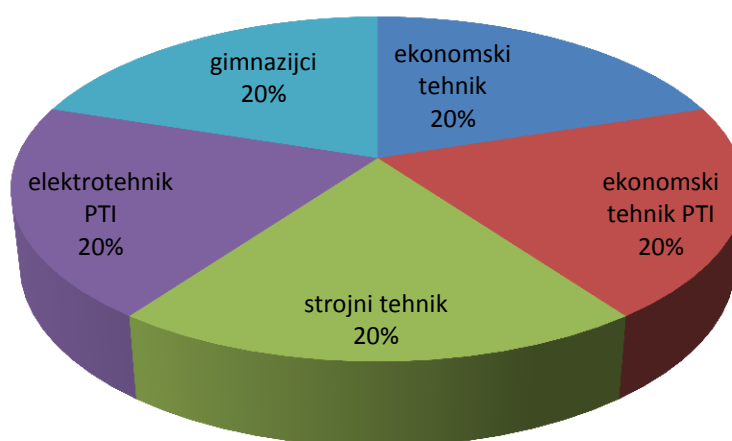
Za spletno anketo sva uporabili tri tipe vprašanj. Pri vprašanjih zaprtega tipa so anketiranci izbrali tistega (ali tiste, če so lahko izbirali več kot eno možnost), ki jim je najbolj ustrezal. Pri vprašanjih odprtega tipa so anketiranci odgovarjali na vprašanje s svojimi besedami. Pri kombiniranem vprašanju so anketiranci izbrali tistega od ponujenih, ki jim je najbolj ustrezal oziroma jim je bil ponujen še en odgovor, pri katerem so lahko sami podali odgovor.

Spletno anketo je izpolnilo skupno 80 dijakov, od tega 42 dijakinj (52,5%) in 38 dijakov (47,5%).

Spletno anketo so reševali dijaki Ekonomska šole, Strojne šole, Elektro in računalniške šole – program PTI ter Gimnazije. Največ anket so rešili dijaki Ekonomske šole (35 %), sledijo dijaki gimnazije (33,8%) in Strojne šole (20 %), na koncu pa so se dijaki Elektro in računalniške šole – program PTI (11,2 %).

Fokusne skupine je tvorilo skupno 40 udeležencev, od tega 16 deklet (40 %) in 24 fantov (60 %). Natančneje:

- Ekonomska šola (EŠ) – smer ekonomski tehnik: 6 deklet in 2 fanta,
- Ekonomska šola – smer ekonomski tehnik PTI (EŠ – PTI): 5 deklet in 3 fantje,
- Strojna šola (SŠ) – smer strojni tehnik: 8 fantov,
- Elektro in računalniška šola (ERŠ-PTI) – smer elektrotehnik PTI: 8 fantov,
- Gimnazija (GIM) – smer splošni oddelek: 5 deklet in 3 fantje.



Slika 6: Struktura anketirancev po izobrazbi

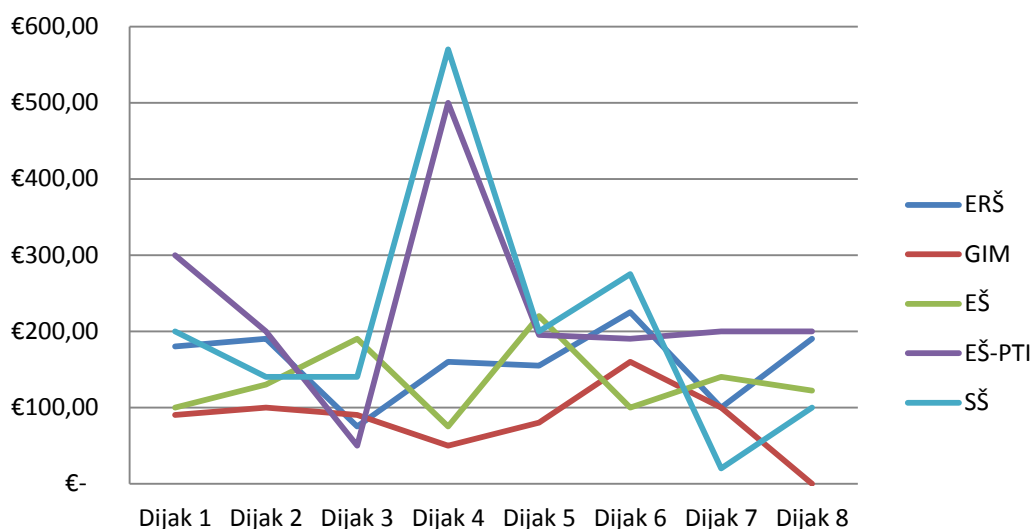
40% anketiranih predstavljajo dijaki PTI programa. To so dijaki, ki so že zaključili srednjo poklicno šolo (3 leta) in nadaljujejo šolanje v PTI programu. Vsi zajeti dijaki, razen gimnazijcev, pridobijo z opravljeno poklicno maturo naziv tehnik. 20 % anketiranih pa predstavljajo gimnazijci, ki šolanje zaključijo s splošno maturo.

Pripravili sva tudi spletno anketo, ki jo je izpolnilo 80 dijakov, od tega 42 dijakinj (52,5%) in 38 dijakov (47,5%).

Fokusne skupine sva načrtovali tako, da sva zajeli večino dijakov, ki obiskujejo srednjo šolo na Ptuj. Dijake, ki so sodelovali v fokusnih skupinah, sva k sodelovanju povabili z obvestilom in vabilom. Pogoj za sodelovanje je bila polnoletnost. Pri izbiri sodelujočih med zainteresiranimi kandidati sva bili pozorni še na to, da so sodelovali dijaki obeh spolov (razen dijaki ERŠ-PTI, kjer so sami fantje).

Na izbrano temo najine raziskovalne naloge je anketni vprašalnik fokusnih skupin zajemal 19 raziskovalnih vprašanj:

1. Ali prejimate žepnino, štipendijo in/ali plačo, če jo prejimate, v kakšni vrednosti jo prejimate ter kako pogosto jo prejimate (tedensko, mesečno)?
2. Čemu namenite največji del pridobljenega denarja?
3. V katerih trgovinah najpogosteje nakupujete?
4. S kom se najpogosteje odpravite po nakupih?
5. Ali pripisujete blagovnih znamkam velik pomen, če jim, zakaj?
6. Kdo ali kaj vas najbolj prepriča za nakup oblačil?
7. Koliko denarja sezonsko porabite za oblačila?
8. Imate malico v šoli ali kupite malico izven šole in zakaj?
9. Koliko mesečno porabite za malico?
10. Hodite pred, med, po pouku na pijačo in kam?
11. V katerih krajih največ nakupujete?
12. Ali nakupujete preko spleta? Če ja, kaj nakupujete in v kaki vrednosti?
13. Kako greste nakupovat (avto,vlak, avtobus, peš)?
14. Koliko denarja namenite za storitve, kot so frizer, manikira itd. letno?
15. Koliko denarja namenite za čevlje sezonsko?
16. Koliko denarja v enem šolskem letu namenite za šolske potrebščine?
17. Koliko potrošite za zabavo?
18. Kolikšen del denarja vam prispevajo starši pri večjih sezonskih nakupih?
19. Če kadite, koliko mesečno potrošite za tobačne izdelke?



**Slika 7: Mesečni prihodki dijakov**

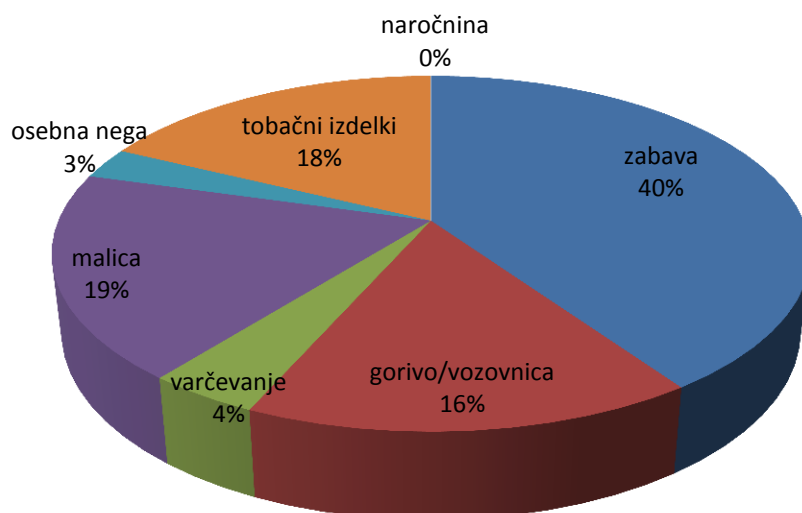
Pri tem vprašanju naju je zanimalo kolikšna je vrednost njihovih mesečnih prihodkov, ki jih sestavljajo prejeta štipendija, žepnina in plača. Najbolj zanimivo je, da najnižje mesečne zneske prejemajo gimnazijci. Izstopa pa en dijak Strojne šole, saj prejema štipendijo v vrednosti 330,00 € (državna in športna štipendija), 40,00€ žepnine in 200,00€ plače. Prav tako izstopa tudi en dijak Ekonomske šole – program PTI, ki prejema plačo v vrednosti 500,00 € (dela v McDonald's-u). V nasprotni smeri pa izstopa tudi dijak Gimnazije, saj ne prejema mesečnega prihodka. Pri dijakih z višjimi mesečnimi prihodki od 200,00 € naprej, pa moramo upoštevati dejstvo, da služijo lasten denar preko študentskega servisa.

**Tabela 1: Povprečni mesečni prihodki dijakov**

	ERŠ-PTI	GIM	EŠ	EŠ-PTI	SŠ
Povp. mesečni prihodki dijakov	159,38 €	83,75 €	134,63 €	229,38 €	205,63 €

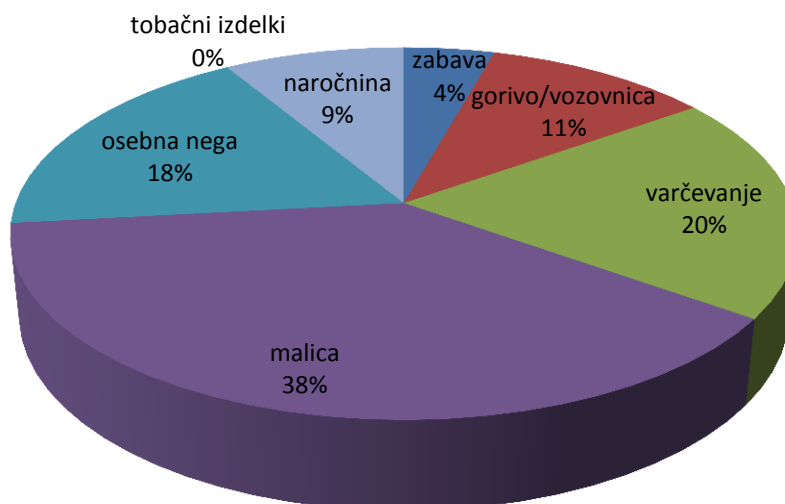
Povprečni mesečni prihodek vseh dijakov, ki so sodelovali v fokusnih skupinah je 162,55 €. Temu znesku se najbolj približujejo prejemki dijakov Elektro in računalniške šole - PTI. Ta znesek pa kar precej presega mesečni prejemki dijakov Ekonomske šole – program PTI. To naju je pravzaprav presenetilo, saj sva pričakovali, da bodo imeli ti dijaki najnižje mesečne prihodke, dijaki Gimnazije pa najvišje. Vsi dijaki prejemajo štipendijo, žepnino ali plačo mesečno in ne tedensko, kar se nama zdi dobro, saj se tako navajajo na takšno prejetje prihodkov, kot ga bodo imeli, ko bodo imeli službo. Tako tudi racionalnejše ravnajo z denarjem, saj si ga porazdelijo sorazmerno čez mesec, tako da jim ga že takoj na začetku ne zmanjka.

Rezultati spletne ankete so pokazali, da kar 92,5 % dijakov prejema žepnino, štipendijo ali plačo, ostali dijaki (7,5%) pa ne prejemajo ničesar. Povprečni mesečni prejemek znaša 119,49 €. Znesek je nekoliko nižji od povprečnega zneska, ki sva ga izračunali na osnovi fokusnih skupin. Preverili sva sodelujoče v spletni anketi in ugotovili, da dijaki Ekonomske šole – program PTI niso sodelovali.



**Slika 8: Mesečni izdatki dijakov ERŠ-PTI**

Pri tem vprašanju naju je zanimalo, za katere stvari porabijo največ svojega denarja. Sklepava lahko, da so dijaki Elektro in računalniške šole precej družabni, saj največ denarja namenijo zabavi (40%). Velik odstotek denarja namenijo za tobačne izdelke (18%). To naju ni presenetilo, saj je to dandanes slaba navada mladih. Le eden od dijakov s svojim denarjem v primerjavi z drugimi ravna pametno, tako da ga nekaj tudi privarčuje. Zelo majhen delež denarja (3%) dijaki namenijo za svoj videz. Naročnino za telefon jim v celoti plačajo starši, saj sami za to ne namenijo nič denarja.

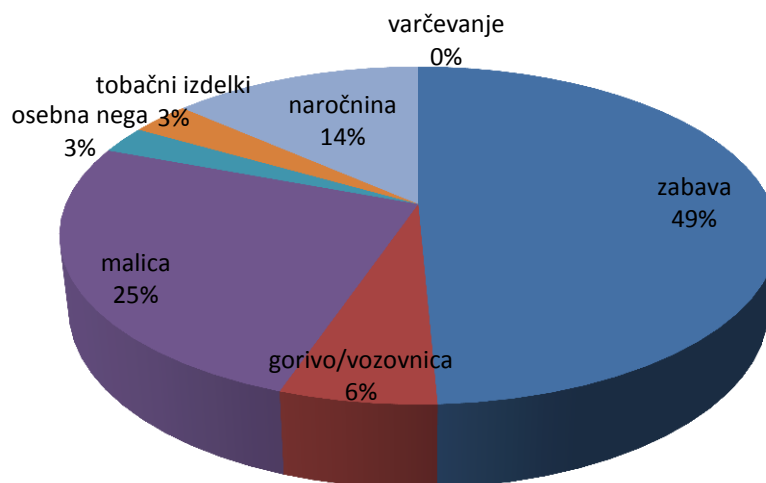


**Slika 9: Mesečni izdatki dijakov GIM**

Največ denarja dijaki porabijo za malico (38%). Velik odstotek namenijo tudi za varčevanje (20%). V primerjavi z Elektro in računalniško šolo in gimnazijci za tobačne izdelke ne namenijo nič denarja (0%), saj nimajo tako nezdravih navad. Pogosta izbira sta tudi nakup stvari za osebno nego oziroma frizerja (18%) in nakup vozovnic (11%). Denar pa namenijo tudi za plačilo naročnine za telefon ali televizor (9%). Zelo majhen delež denarja namenijo za

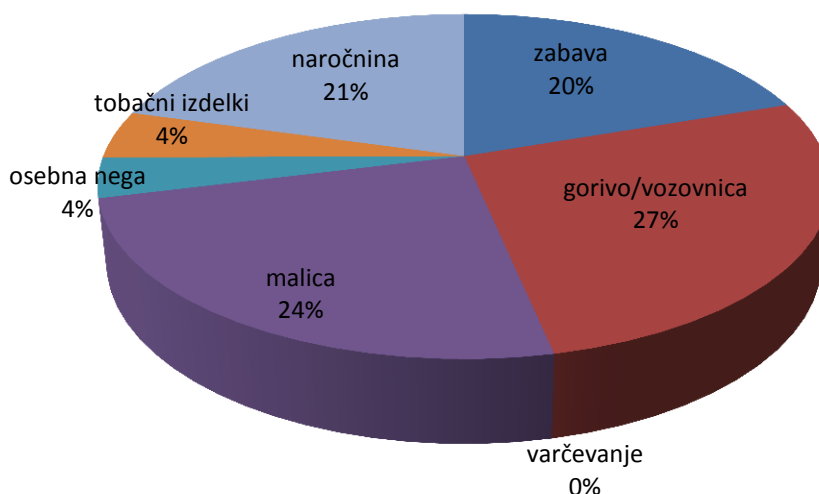


zabavo (4%), saj so nama povedali, da jim pijačo na zabavah plačujejo prijatelji. Dijaki s tem, ko varčujejo, mislijo na prihodnost ali varčujejo za kakšen večji nakup.



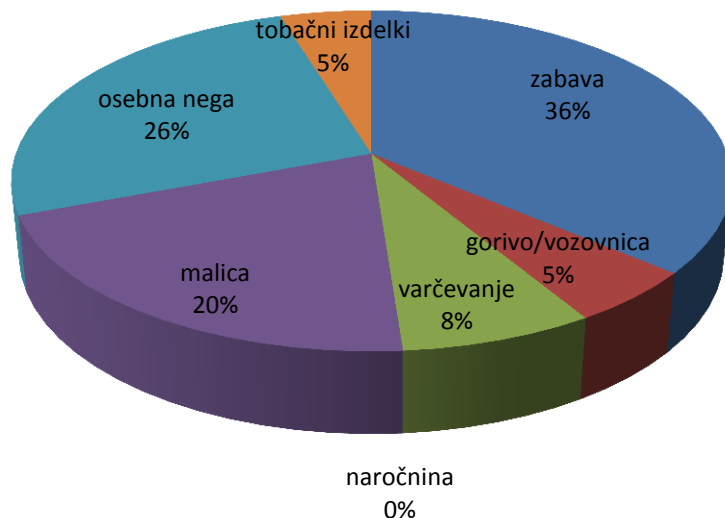
**Slika 10: Mesečni izdatki dijakov EŠ**

Iz tega grafa je razvidno, da dijaki Ekonomske šole skoraj polovico (49%) svojega denarja namenijo za zabavo. Majhen odstotek denarja (3%) namenijo za tobačne izdelke. Torej imajo dijaki Ekonomske šole prav tako slabe razvade kot dijaki Elektro in računalniške šole. Za varčevanje ne namenijo nič denarja, saj svoj denar porabijo drugače.



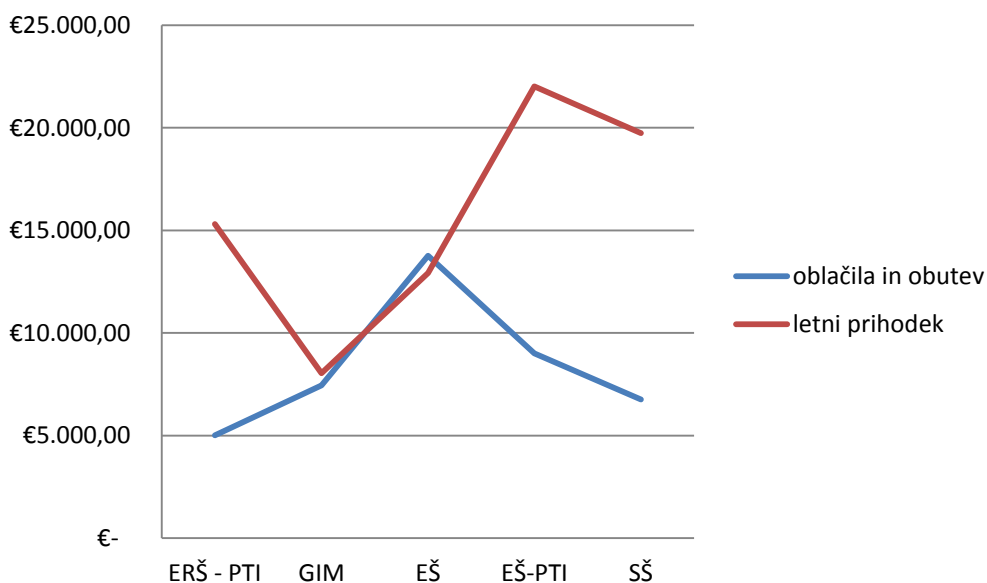
**Slika 11: Mesečni izdatki dijakov EŠ-PTI**

Dijaki Ekonomske šole - program PTI so bolj izkušeni v potrošništvu, kar se kaže v enakomerni porabi njihovega denarja. Šest dijakov del svojega denarja porabi za vozovnico (27%). Del denarja namenijo tudi za malico (24%), za telefonsko naročnino (21%) in za zabavo (20%). Zelo majhen delež denarja pa porabijo tudi za tobačne izdelke(4%) in za osebno nego(4%). Le en dijak ima slabe navade, tako da del denarja nameni tudi za tobačne izdelke.



**Slika 12: Mesečni izdatki dijakov SŠ**

Dijaki Strojne šole porabijo največ časa in energije ter tudi denarja (36%) za druženje s prijatelji, saj je vse bolj popularno hoditi v lokale na pijačo, v kino ipd. Fantje posvetijo veliko pozornost svojemu videzu, kar se kaže v tem, da kar 26% mesečnih izdatkov namenijo za osebno nego. Preseneča naju, da noben dijak ne plačuje telefonske naročnine, saj si jo midve morava. Rezultati so primerljivi pri tobačnih izdelkih (5%) in pri gorivu ali vozovnici (5%). Dijaki so tudi varčni, saj 8% delež denarja prihranijo.

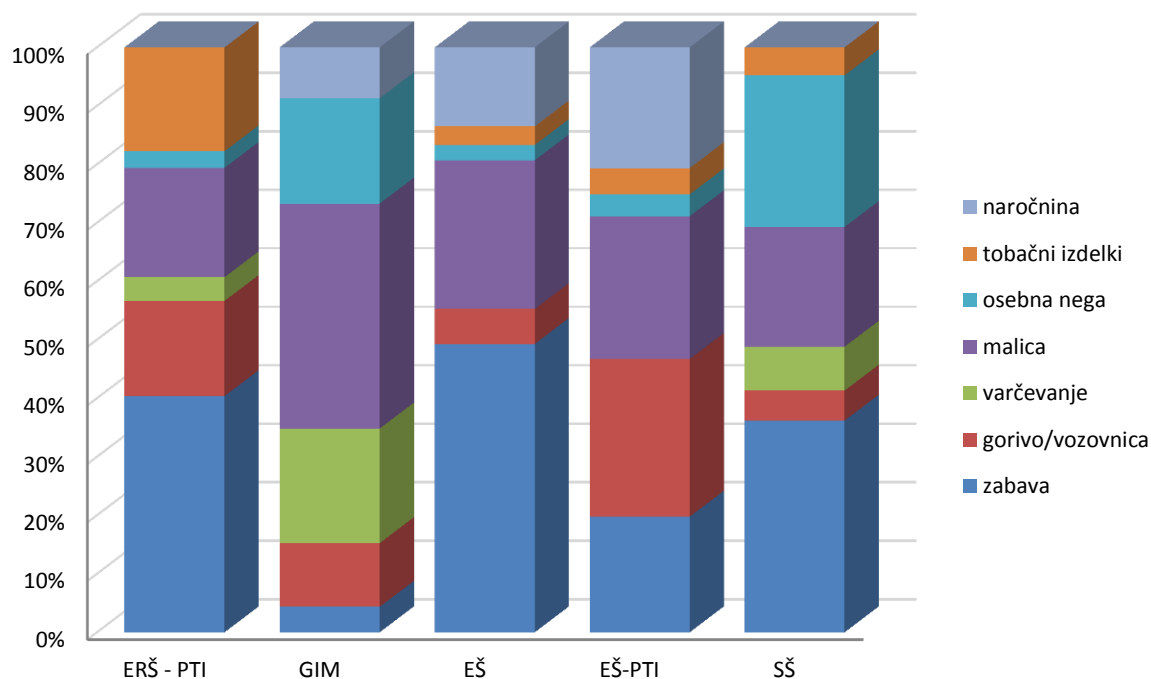


**Slika 13: Letni prihodek dijakov in letni izdatki dijakov za oblačila in obutev**

V tem grafu sva hoteli prikazati, koliko denarja dijaki letno namenijo za oblačila in obutev in ali s svojimi letnimi prihodki izdatke za oblačila in obutev tudi pokrijejo. Ugotavljava, da le dijaki Ekonomske šole s svojimi letnimi prihodki ne pokrivajo letnih stroškov za oblačila in obutev, kar pomeni, da jim morajo del denarja prispevati tudi starši.

Rezultati spletne ankete so pokazali, da največ letnega prihodka v višini 15.480,00 € prejemajo dijaki Ekonomske šole. Skoraj enako vsoto denarja dobivajo dijaki Strojne šole. Sledijo dijaki

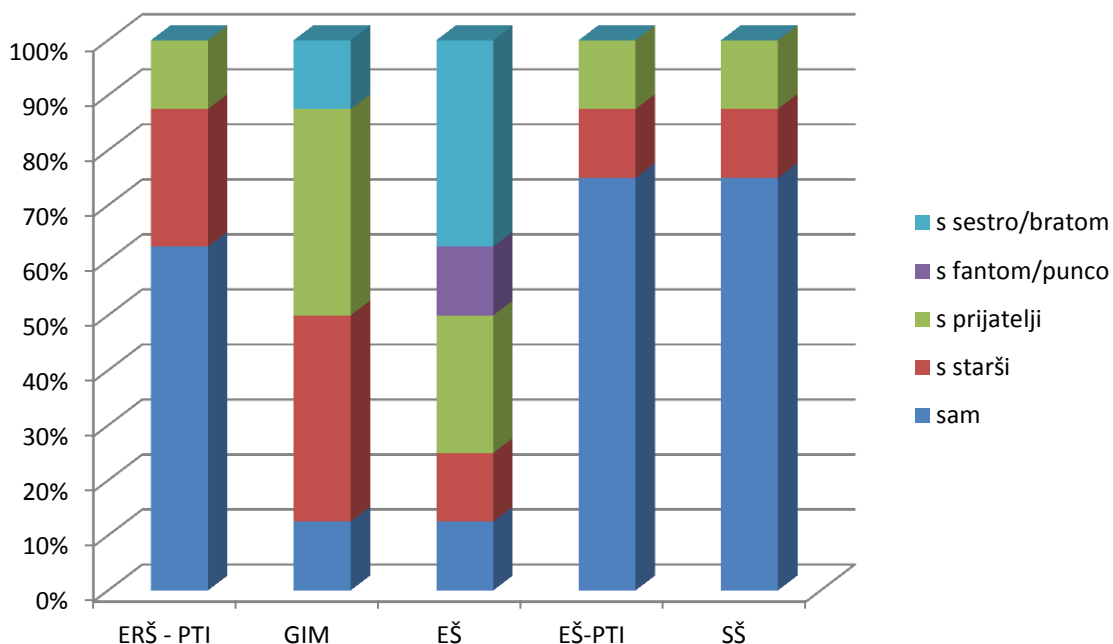
Elektro in računalniške šole – program PTI. Najmanj letnega prihodka v višini 8976,00 € prejemajo dijaki Gimnazije. Povprečni letni izdatki anketirancev za oblačila in obutev so 1369,52 €.



**Slika 14: Mesečni izdatki dijakov**

Če združimo vse prejšnje ugotovitve v strukturnih stolpcih, zelo lepo vidimo, da dijaki EŠ kar 49 % vseh mesečnih izdatkov namenijo za zabavo, dijaki Gimnazije pa najmanj. Največji delež denarja za tobakne izdelke namenijo dijaki Elektro in računalniške šole – program PTI za razliko od gimnazijcev, ki denarja za tobakne izdelke sploh ne trošijo. Dijaki Ekonomske šole – programa PTI porabijo največji delež denarja za mesečno vozovnico in gorivo. Dijaki Ekonomske šole – programa ekonomski tehnik in programa PTI ne varčujejo. Največji delež denarja za malico namenijo gimnazijci, največji delež denarja za osebno nego pa porabijo dijaki Strojne šole. Dijaki Elektro in računalniške šole – program PTI in Strojne šole si naročnine za telefon ne plačujejo sami, ker jim vse plačajo starši.

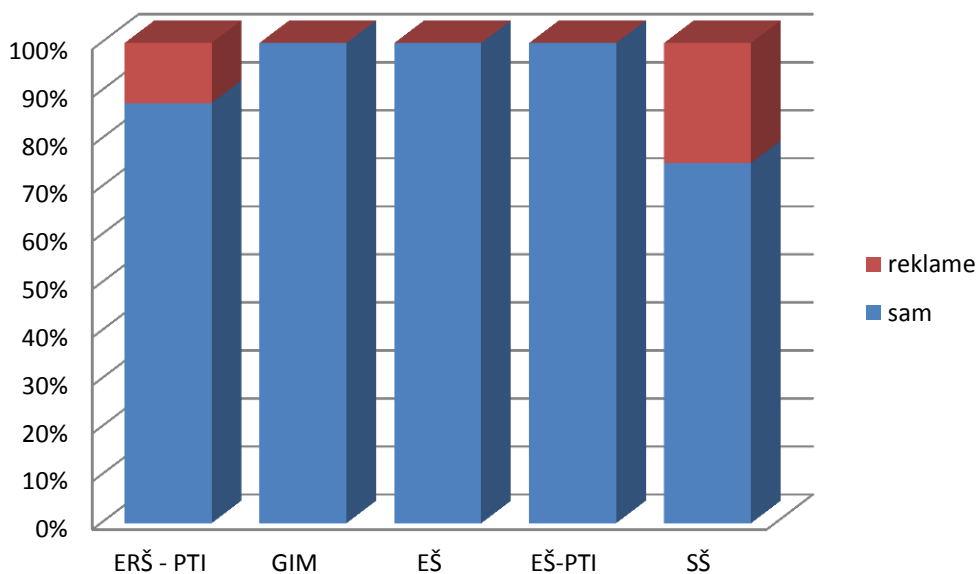
Rezultati spletne ankete so pokazali, da dijaki največji delež denarja namenijo hrani in pijači, oblačilom, varčevanju, vozovnici, naročnini za telefon in tobaknim izdelkom.



**Slika 15: Oseba, s katero se najpogosteje odpravijo po nakupih**

Pri tem vprašanju naju je zanimalo, s kom se dijaki najraje in najpogosteje odpravijo po nakupih. Iz grafa lahko razberemo, da se dijaki Elektro in računalniške šole – program PTI, Ekonomske šole – program PTI in Strojne šole najraje po nakupih odpravijo sami, saj radi nakupujejo v miru. Gimnazijci se po nakupih najraje odpravijo s starši in s prijatelji. Dijaki Ekonomske šole pa se najpogosteje po nakupih odpravijo z bratom ali s sestrom.

Rezultati spletne ankete so pokazali, da se dijaki po nakupih najpogosteje odpravijo z družino (28,7%), sami (27,5%), s fantom ali dekletom (22,5%) in s prijatelji (21,3%).

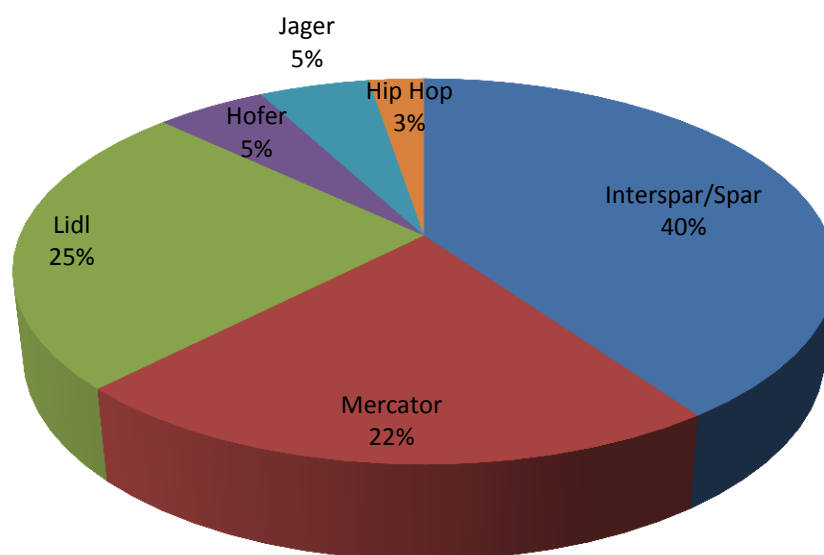


**Slika 16: Kaj te prepriča v nakup?**

Pri tem vprašanju naju je zanimalo, kdo ali kaj dijake najbolj prepriča v nakup. Največ dijakov razmišlja s svojo glavo in se ne odloča za nakup zaradi ostalih, tako, da so navedli sebe kot glavnega prepričevalca v nakup. Reklame mladih ne ganejo prav posebno, saj zelo majhen delež dijakov v njihov nakup prepričajo reklame.

V spletni anketi je na vprašanje "Kdo ali kaj te najbolj prepriča v nakup?" kar 92,5% dijakov odgovorilo, da se sami odločajo, kaj bodo kupili, 5 anketirancev prepričajo prijatelji (6,3%), enega od anketirancev pa v nakup prepričajo starši (1,2%). Dijaki res imajo občutek, da sami odločajo o tem, kaj bodo kupili, informacije o vsej razpoložljivi ponudbi pa zagotovo dobijo iz medijev (splet, mobitel, TV...).

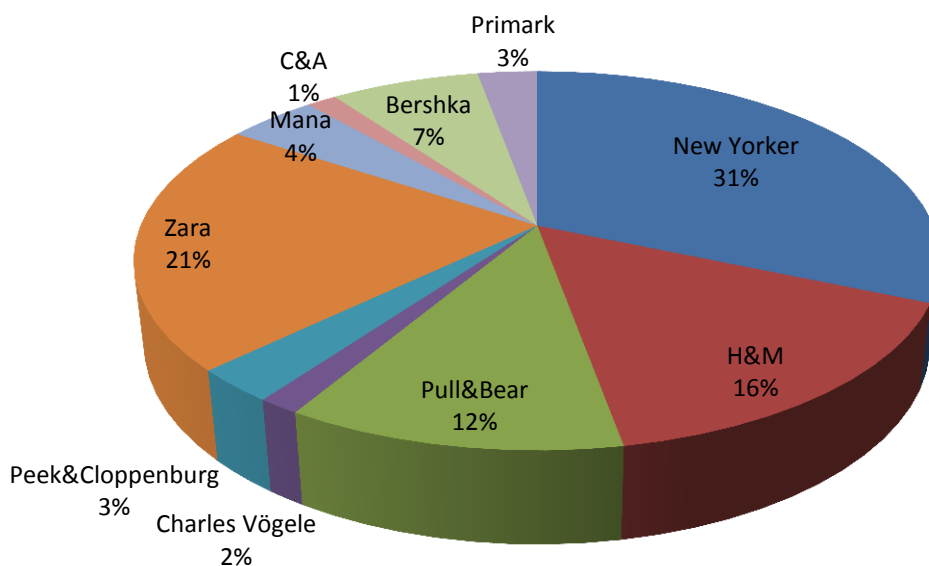
V naslednjih grafih prikazujeva trgovine z živili in oblačili, v katerih dijaki najpogosteje nakupujejo. V ta namen sva združili odgovore vseh sodelujočih dijakov, ker razlikovanje po posameznih šolah za naju ni bilo pomembno.



**Slika 17: Trgovine z živili, v katerih dijaki najpogosteje nakupujejo**

Iz grafa je razvidno, da večina (40%) dijakov nakupuje v Sparu, ki sicer ni tako blizu našega Šolskega centra in Gimnazije. Pogosto zahajajo tudi v Lidl (25%) in Mercator-Rimska peč (22%), saj sta ti trgovini v okolici naše šole. Sledita trgovini Hofer (5%) in Jager (5%). Le 3 % dijakov se v času malice odpravijo do kioska s hitro prehrano Hip hop.

Tako kot rezultati fokusnih skupin so tudi rezultati spletne ankete pokazali, da dijaki največ nakupujejo v trgovini Interspar (33%). Radi zahajajo tudi v trgovino Lidl (30%) in Mercator (22%), ki sta v neposredni bližini šole. Sledi trgovina Hofer, v kateri pa dijaki nakupujejo najmanj, saj je zelo oddaljena od šole.



**Slika 18: Trgovine z oblačili, v katerih dijaki najpogosteje nakupujejo**

Pri tem vprašanju naju je zanimalo, v katerih trgovinah z oblačili nakupujejo. Največ (31%) jih nakupuje v trgovini New Yorker, saj se ta trgovina z oblačili nahaja na Ptuju in je dijakom zelo blizu. Do nje se lahko odpravijo kar peš po pouku. Pogosto nakupujejo tudi v Zari (21%), H&M (16%) in Pull&Bear-u (12%). Te tri trgovine se nahajajo v trgovskem centru Europark v Mariboru, do katerega se lahko dijaki odpravijo z avtobusom ali avtomobilom. Majhen delež dijakov se odpravi v Bershko (7%), Mano (4%), Peek&Cloppenburg (3%), Primark (3%), Charles Vögele (2%) in v C&A (1%).

Srednješolci imajo različne definicije določanja vrednosti – za nekatere je najpomembnejši del vrednosti cena, za druge kakovost. Eni so popolnoma osredotočeni na ceno, drugi na kakovost, ali na veliko izbiro oblačil. Velika večina srednješolcev daje prednost veliki izbiri in storitvam, če so te ponujene po razumni ceni, zato se večinoma odločajo za trgovine s sorazmerno razumnimi cenami, kot so New Yorker in Bershka.

Prav tako so tudi rezultati spletne ankete pri tem vprašanju pokazali, da največ dijakov nakupuje v trgovini New Yorker (25%). Dijaki pogosto nakupujejo tudi v trgovini Pull&Bear (14%), Peek&Cloppenburg (13%). Majhen delež dijakov se odpravi tudi v trgovine, kot so Orsay (8%), Tally weijl (6%) ter C&A (5%).

## 4.2 Razgovori s starši

Pripravili sva tudi intervju s starši, ker sva želeli spoznati še njihovo mnenje glede denarja, s katerim razpolagajo njihovi otroci. Na govorilnih urah za starše sva v mesecu februarju opravili razgovor z 8 starši. Starše sva izbrali popolnoma naključno med starši dijakov 3. in 4. letnika.

Starši občasno svojim otrokom pokrijejo stroške mesečne vozovnice in naročnine za telefon. Pogosto jim dajo tudi denar za obutev in oblačila. Denarja ne namenijo za tobačne izdelke in za zabavo. Za oblačila in obutev namenijo povprečno po 150,00 € letno. Za vozovnico namenijo 200,00 € letno, saj pogosto kupijo kar letno vozovnico. Vsi starši, s katerimi sva opravili razgovore, plačajo mesečne stroške telefona, ki znašajo okoli 20,00 €. Pogosto pa krijejo tudi stroške same naprave, ki jo odplačujejo na obroke. Malico v šoli jim plačajo starši. Starši jim krijejo tudi vse stroške v zvezi z nakupom stvari za šolo. Presenetila pa naju je izjave mame, ki svojemu otroku nameni 30,00 € mesečno za zabavo. Starši menijo, da nekateri otroci razpolagajo s preveč denarja, drugim pa ga primanjkuje. Vsak izmed staršev se odloči po lastni volji, koliko denarja bo dal svojemu otroku. Dobili pa sva občutek, da nekateri starši denar raje privoščijo svojemu otroku kot pa sebi.

## 5 Razprava

Iz zgornjih prikazanih rezultatov fokusnih skupin in spletne ankete lahko izpostavimo nekaj glavnih ugotovitev.

Ko seštejemo mesečne prejemke vseh sodelujočih dijakov (fokusne skupine in spletna anketa) ugotovimo, da povprečni mesečni prejemek dijaka znaša okoli 140,50€. Dijaki Gimnazije v povprečju mesečno prejmejo 83,75 €, dijaki ŠC Ptuj pa 182,26 € mesečno. Dijaki PTI programa povprečno prejmejo 194,38 € mesečno, kar pa vsekakor ni nizek znesek, sploh pa ne v primerjavi z zneskom, ki ga prejmejo gimnazijci. S to ugotovitvijo sva ovrgli najino prvo hipotezo, ki se glasi:

predvidevava, da gimnazijci prejmejo največje mesečne prejemke, dijaki PTI programa pa najnižje mesečne prejemke izmed vseh zajetih šol.

Prepričani sva bili, da dijaki Gimnazije, zaradi dobro situiranih staršev prejmejo višje mesečne prihodke. Po njihovem zunanjem videzu (oblačila in obutev) sva sklepali, da potrošijo več denarja, kot ostali dijaki. Po izvedbi fokusnih skupin sva bili presenečeni nad varčnostjo in skromnostjo gimnazijcev, in obratno nad potrošništvom dijakov ŠC Ptuj, še posebej PTI programa. Prav tako sva bili prepričani, da dijaki PTI programa prejmejo najnižje mesečne prejemke v primerjavi z drugimi dijaki, saj nisva pričakovali, da si sami služijo lasten denar preko študentskega servisa.

Drugo hipotezo sva delno potrdili, saj najini rezultati kažejo, da dijaki resnično največ nakupov opravijo v trgovini New Yorker.

V to sva bili že prej prepričani, saj je trgovina New Yorker na Ptuju, kar pomeni, da je lokacijsko dostopen dijakom. Tudi cene so primerne za dijake. Sledi pa trgovina Zara, ki je sicer v Mariboru, ampak med dijaki zelo priljubljena.

Glede nakupa hrane in pijače pa sva bili prepričani, da dijaki največ nakupov opravijo v neposredni bližini šole, torej v trgovini Lidl in Mercator. Raziskava pa je pokazala, da največ hrane in pijače kupijo v trgovini Spar, potem pa sledita Lidl in Mercator. Lidl in Mercator sta sicer bližje šoli, pot do trgovine Spar pa je bistveno daljša. Tako da je najina hipoteza, ki se glasi:

predvidevava, da srednješolci največ nakupov svojih oblačil opravijo v trgovinah New Yorker, hrano in pijačo pa najpogosteje kupijo v neposredni bližini šole, le delno potrjena.

Tretjo hipotezo, ki se glasi:

predvidevava, da gimnazijci izmed vseh zajetih šol potrošijo najmanjši delež prejetega denarja za zabavo, sva potrdili.

V to sva bili prepričani, saj gimnazijci veljajo za bolj pridne in vestne dijake, ki se zelo malo udeležujejo zabav in večino časa preživijo za knjigami. Najini rezultati so pokazali, da največji delež denarja (49 %) za zabavo porabijo dijaki Ekonomske šole. Nad to ugotovitvijo sva bili zelo presenečeni, saj so njihovo fokusno skupino sestavljala predvsem dekleta, za katera sploh nisva pričakovali, da toliko denarja namenijo za zabavo. Dijaki Elektro in računalniške šole – program PTI za zabavo namenijo 40 % delež denarja. Z 36 % deležem denarja sledijo dijaki Strojne šole, nato dijaki Ekonomske šole – program PTI (20 %) in na koncu še gimnazijci (4 %).



## 6 Zaključek

V raziskovalni nalogi sva raziskovali potrošniške navade srednješolcev. Zanimalo naju je, za kaj srednješolci trošijo svoj denar, koliko ga potrošijo, kje ga porabijo in od kod dobijo denar. Prav zaradi tega sva se lotili različnih metod, kot so fokusne skupine ter spletno anketiranje dijakov.

Mladino bi bilo treba osveščati o pametnejšem in enakomernejšem razpolaganju z denarjem, da bi večji delež njihovega mesečnega prejemka namenili varčevanju. Dijaki še zmeraj radi posvetijo veliko časa prijateljem ter zabavi, kar se kaže v tem, da potrošijo velik delež denarja za zabavo. Veliko denarja dijaki namenijo tudi slabim navadam, kot so tobačni izdelki. Prav tako porabijo veliko denarja tudi za oblačila in obutev, vendar jim pri tem velik delež denarja prispevajo starši.

Najino predvidevanje o tem kdo prejema največje in najnižje mesečne prejemke se je izkazalo za napačno. Dijaki PTI programa vsekakor ne prejemajo najnižjih mesečnih prejemkov, gimnazijci pa ne največjih. Najino predvidevanje glede tega, v katerih trgovinah dijaki najpogosteje nakupujejo, sva le delno potrdili. Rezultati najine raziskave so pokazali, da gimnazijci resnično izmed vseh zajetih šol potrošijo najmanjši delež prejetega denarja za zabavo. Ugotovili sva, da veliko dejavnikov vpliva na to za kaj dijaki potrošijo pridobljeni denar.

Povprečna mesečna neto plača znaša v Sloveniji 1.074,27 €. Po najinih izračunih dijaki zajeti v najino raziskavo prejemajo mesečno od 15 do 20% povprečne mesečne neto plače. Sklepava, da nekateri dijaki prejemajo resnično previsoke zneske, še posebej ob upoštevanju dejstva, da starš s povprečno minimalno plačo mora preskrbeti več družinskih članov in še ob tem plačati vse položnice. Prišle sva do ugotovitve, da nekateri dijaki dobijo štipendijo ter še zraven žepnino. Nekateri pa ne prejemajo ne štipendije in ne žepnine.

Skozi pisanje najine naloge sva ugotovili, da je potrošništvo zelo obširna tema. Vendar sva se kljub temu odločili, da bova to temo podrobno spoznali in raziskali potrošniške navade srednješolcev. Ob pisanju naloge, sva se naučili dosti novih stvari o potrošništvu, ki jih prej nisva vedeli, ugotovili pa sva tudi, da je potrošništvo zelo povezano z vsakdanjim življenjem.

## 7 Viri in literatura

Bajec, A., et al. Slovar slovenskega knjižnega jezika. Ljubljana: DZS, 2000.

Crnović, D. Dr. Hajrudin Hromadžič, sociolog, analitik potrošništva. Mladina, 16. oktober 2008. Dostop: <http://www.mladina.si/45054/dr-hajrudin-hromadzic-sociolog-analitik-potrosnistva/> (21. 01. 2017).

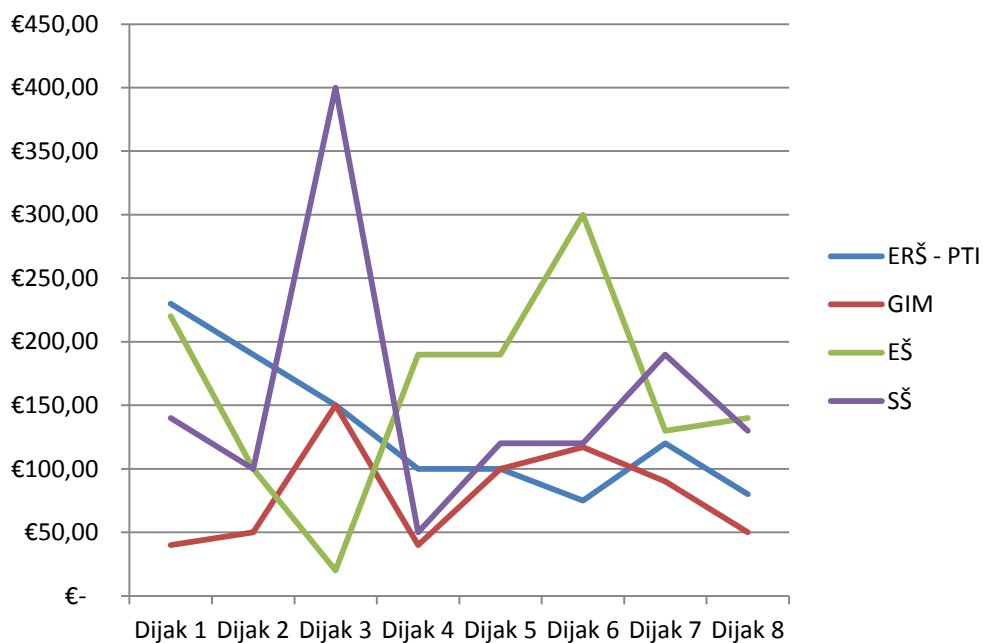
Kdo je potrošnik?. E-informacije. Dostop: <http://www.e-informacije.com/kdo-je-potrosnik/1546> (21. 01. 2017).

Možina, S., Zupančič, V., Postružnik, N. Trg, trgovina in potrošnik. 1. izd. Maribor: Založba Pivec, 2010.

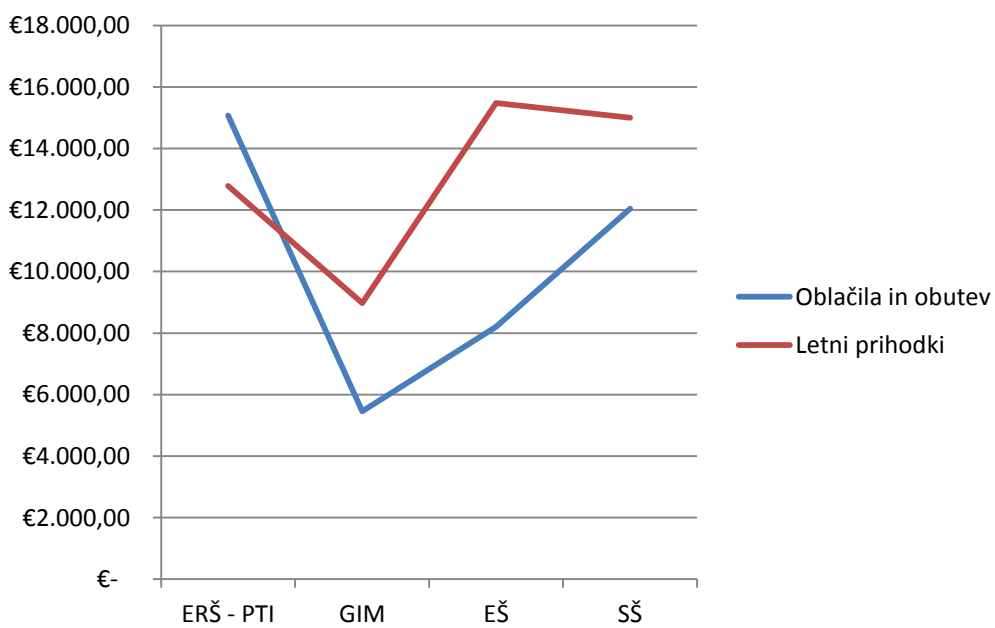
Pušnik, M. Recesija je udarila tudi med mladimi potrošniki. Finance. 2010, št. 59, str. 30-31.

Žigon, N. Potrošništvo in (prisilno) nakupovalno vedenje: Trgovina, moj drugi dom. Viva, 21. junij 2010. Dostop: <http://www.viva.si/Psihologija-in-odnosi/2634/Potro%C5%A1ni%C5%A1tvo-in-prisilno-nakupovalno-vedenje> (21. 01. 2017).

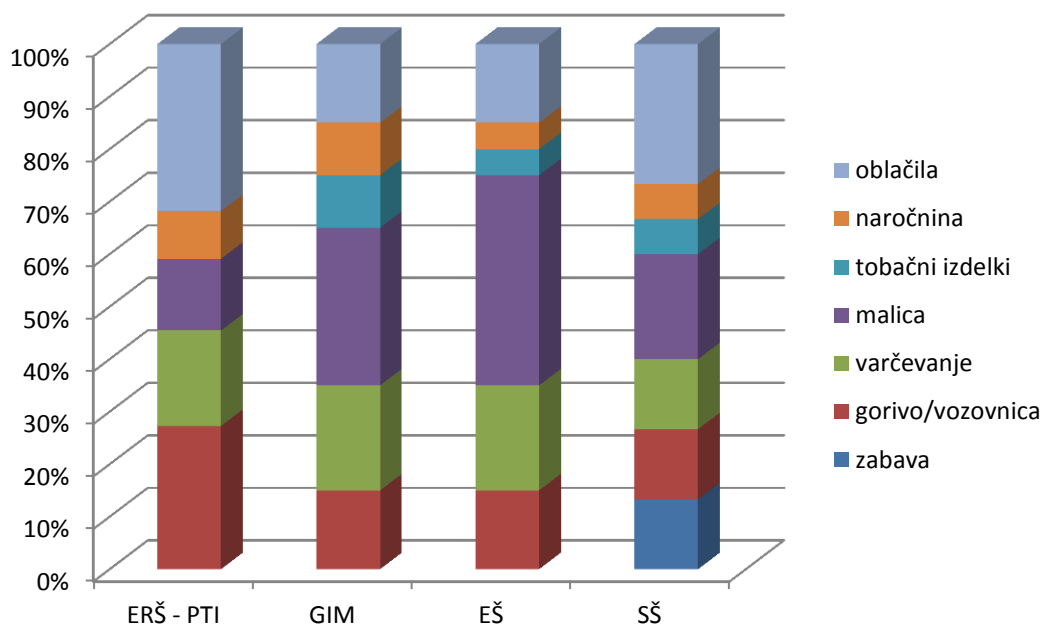
## 8 Priloge



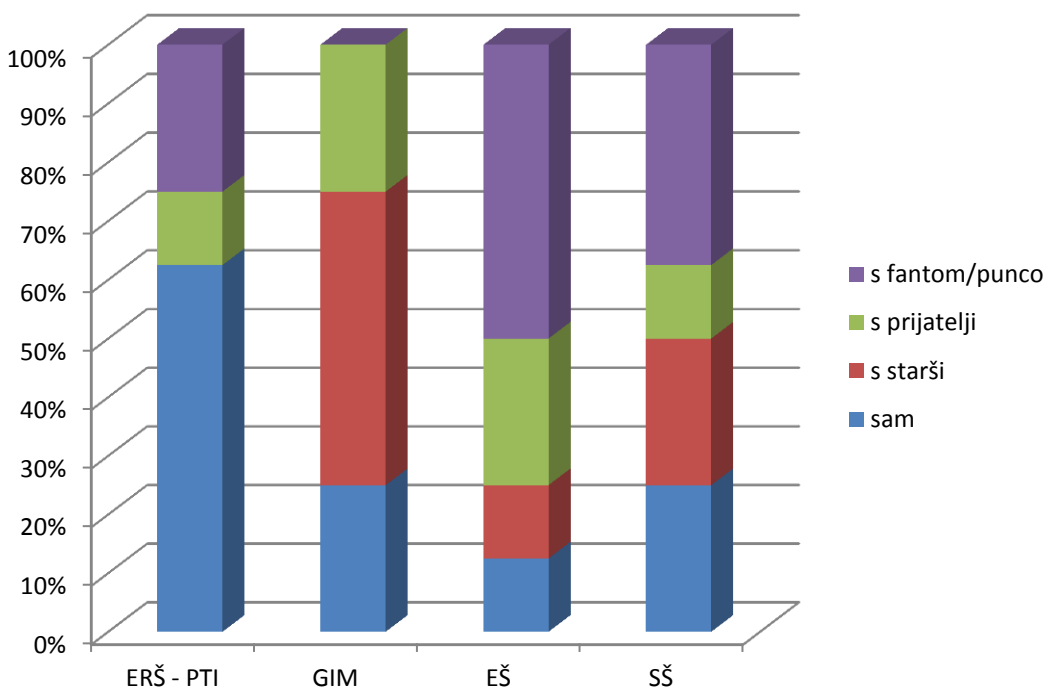
Slika 19: Mesečni prihodki dijakov (spletna anketa)



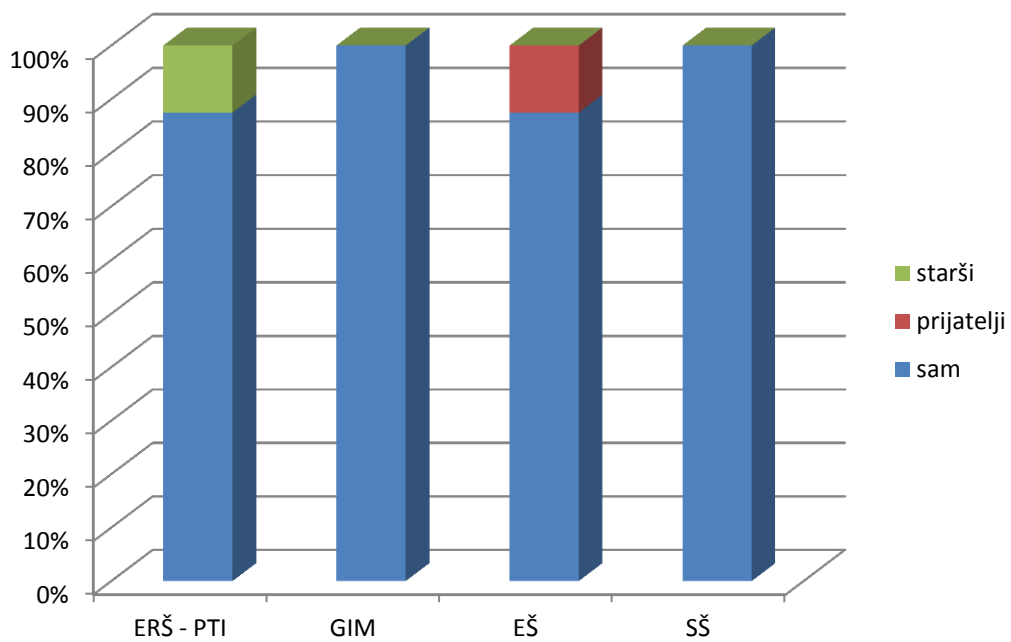
Slika 20: Letni prihodek dijakov in letni izdatki dijakov za oblačila in obutev (spletna anketa)



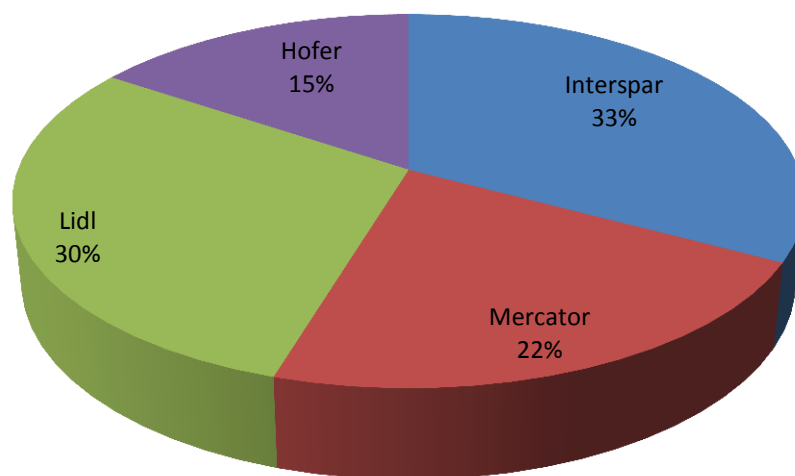
Slika 21: Mesečni izdatki dijakov (spletna anketa)



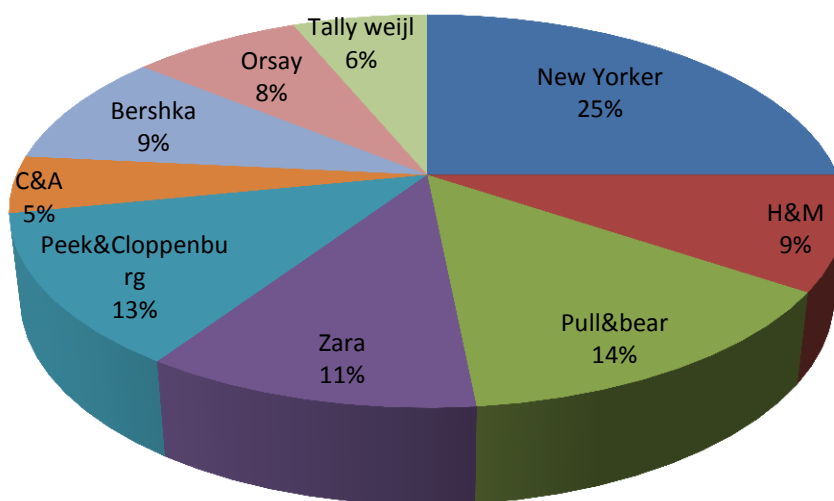
Slika 22: Oseba, s katero se najpogosteje odpravijo po nakupih (spletna anketa)



**Slika 23: Kaj te prepriča v nakup? (spletna anketa)**



**Slika 24: Trgovine z živili v katerih najpogosteje nakupujejo dijaki (spletna anketa)**



**Slika 25: Trgovine z oblačili v katerih najpogosteje nakupujejo dijaki (spletna anketa)**