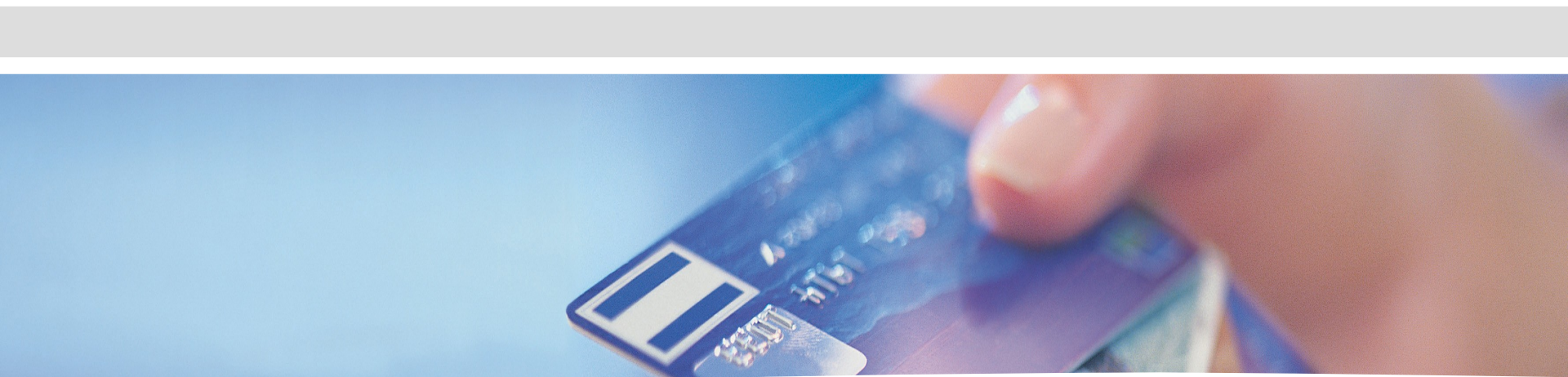




Vývoj postojů populace ČR k ekonomické krizi

*Výsledky exkluzivního výzkumu Ipsos Tambor pro Zlatou korunu
u příležitosti konání V. Finančního fóra Zlaté koruny*

Září 2009



Cílová populace: Populace ČR ve věku 18 a více

Výběrový soubor: Reprezentativní dle regionu, velikosti místa bydliště, pohlaví, věku a vzdělání (kvótní výběr)

Velikost souboru: N = 976

Metoda dotazování: Telefonické (Computer Assisted Telephone Interview)

Sběr dat: 1. – 7. 9. 2009

Návaznost na výzkumy: duben 2009

Záříjová vlna výzkumu byla realizována pro V. Finanční fórum Zlaté koruny.

Vládní opatření na zmenšení dopadů krize a úloha politiků

77 % obyvatel ČR nedůvěřuje vládním opatřením na zmenšení dopadů ekonomické krize (37 % dotázaných uvedlo, že jsou zcela nedostatečná, 40 % se domnívá, že pomohou jen velmi málo). Ženy jsou v tomto směru pesimističtější než muži. Přes 40 % lidí ve věku od 45 do 64 let se domnívá, že jsou vládní opatření zcela nedostatečná.

Podle názoru 70 % populace politici nepomáhají při řešení ekonomické krize tak, jak by měli

(53 % si myslí, že reálně nepomáhají, pouze o tom mluví, zbývajících 17 % populace je názoru, že je to politikům úplně jedno). Lidé nad 35 let jsou obecně více nespokojeni s výkony politiků než mladší generace.

Plán na řešení ekonomické krize a parlamentní volby

45 % obyvatel uvedlo, že při volbách budou přihlížet k programům politických stran, jak řešit ekonomickou krizi (zároveň 18 % respondentů deklarovalo, že tato řešení budou jedním z hlavních kritérií volby politické strany). Ženy častěji než muži uvedli, že k řešení krize přihlednou, nicméně to pro ně nebude rozhodující aspekt. 24 % populace pak přiznalo, že k volbám nepůjde, přičemž s rostoucím vzděláním se zvyšuje předpokládaná účast.

2/3 populace nebyly schopny říct, která politická strana má nejlepší plán na řešení ekonomické krize. Plány obou nejsilnějších stran ODS a ČSSD na řešení krize získaly shodně podporu 13 % respondentů. Při pohledu na dvě nejsilnější strany je patrné, že z hlediska řešení ekonomické krize muži věří více ODS a ženy více ČSSD. Zároveň s rostoucím věkem klesá přízeň k ODS a naopak narůstá důvěra v ČSSD.

Ekonomická krize a média

58 % obyvatel ČR se domnívá, že média krizi věnují přiměřený prostor (ženy častěji než muži). 28 % je pak názoru, že se krizí zabývají příliš mnoho. Tento názor sdílejí častěji muži než ženy a mladší lidé. Naopak důchodci se domnívají nejčastěji (v 23 % případů), že se média krizi věnují málo.

Podle 46 % lidí jsou informace, které o krizi přináší média, srozumitelné. Častěji to uvádí muži než ženy. Srozumitelnost a využitelnost informací o krizi klesá přímo úměrně se vzděláním, stejně tak sledování tohoto tématu klesá spolu se vzděláním.

Pouze 6 % populace vnímá informace o krizi v médiích jako nesrozumitelné.

Obavy související s ekonomickou krizí

Důvěru v české banky v době probíhající ekonomické krize deklaruje 83 % populace (téměř polovina populace důvěruje českým bankám úplně, 36 % alespoň částečně).

Naproti tomu bankám zcela nedůvěruje pouze 14 % obyvatel. Vyšší důvěru vykazují muži a mladší generace do 34 let.

26 % české populace má obavy ze ztráty práce v souvislosti s ekonomickou krizí.

Největší obavy mají pak vyučení zaměstnanci a pracovníci se základním vzděláním. Mezi vysokoškoláky připouštějí ztrátu zaměstnání pouhá 3 % dotázaných.

Spotřebitelské chování v době ekonomické krize

Od dubna do září 2009 ubývá počet lidí, kteří budou snižovat celkové výdaje, spíše bude docházet k hospodárnějšímu využití rozpočtu v podobě vyhledávání slev a výhodných nákupů. Celkově posílilo procento těch, kteří na krizi reagovat nebudou, a to z 22 % na 33 %; mezi muži tento názor převládá častěji než u žen.

V době ekonomické krize lidé nejvíce plánují ušetřit na energiích (topení, elektrika, plyn, voda) nebo při zajišťování dovolené či v souvislosti s návštěvou kaváren/restaurací.

Omezování výdajů se dotkne nejméně oblasti léků/ léčiv a vitamínových přípravků. Od dubna 2009 došlo ke snížení výdajů na knihy. Kuřáci plánují snížit své výdaje týkající se nákupu cigaret.

Muži výrazně častěji než ženy uvedli, že náklady v souvislosti s krizí nezmění. Přesto 20 % mužů deklarovalo, že sníží náklady na alkohol. Naproti tomu ženy plánují snížit některé ze svých výdajů, zejména při nákupu oblečení (31 %), kosmetiky/drogerie (24 %), jídla (24 %) a v oblasti telekomunikačních služeb (25 %).

Financování Vánoc a čerpání spotřebitelského úvěru

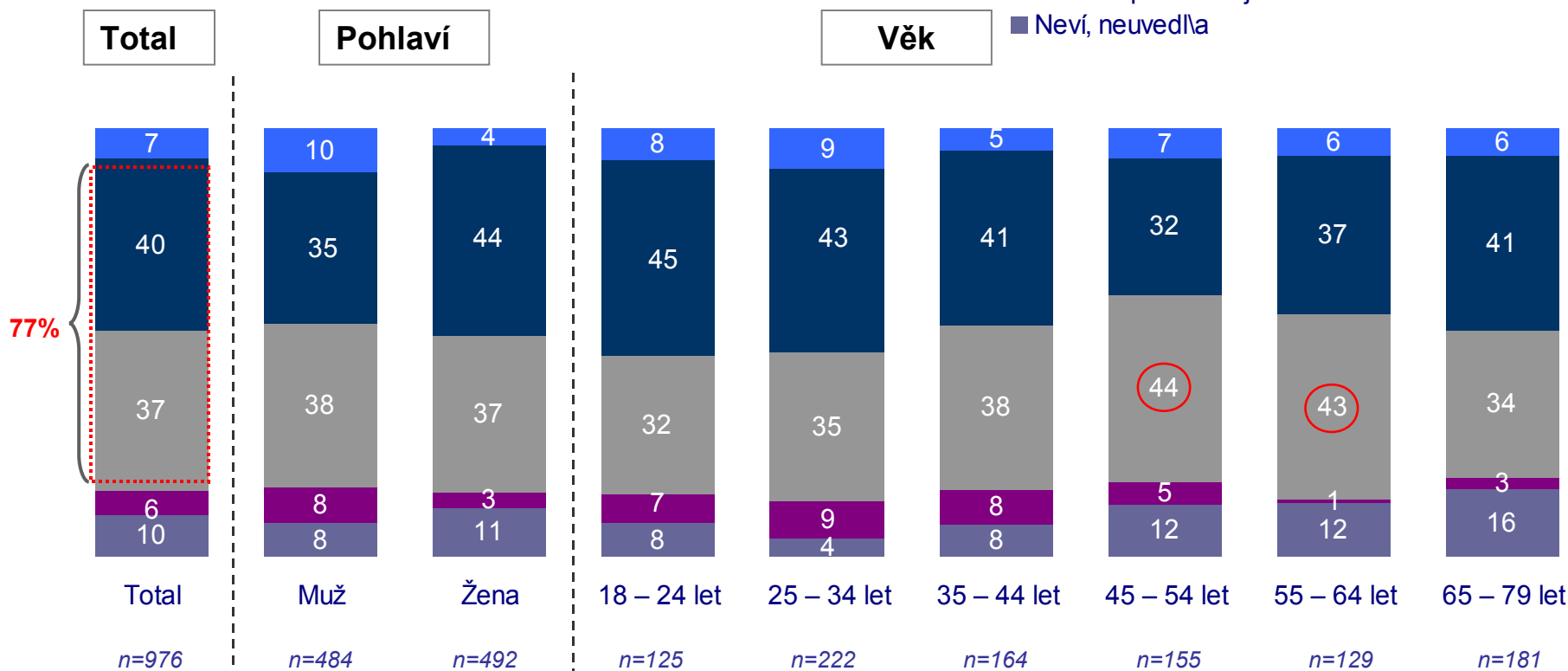
53 % populace plánuje šetřit na Vánoce, přičemž ženy hodlají šetřit častěji než muži. Podíl těch, kteří šetřit nebudou, protože nemají z čeho a zároveň půjčovat si nechtějí, roste spolu s věkem.

Téměř 2/3 populace ČR se dnes nechystají čerpat spotřebitelský úvěr ani půjčku a 31 % obyvatel ČR v současné době splácí spotřebitelský úvěr. Pořízení nového spotřebitelského úvěr/půjčky avizují pouze 4 % populace. Podíl lidí, kteří splácejí úvěr, klesá s rostoucím věkem (vyjma kategorie do 24 let).

77 % obyvatel ČR nedůvěřuje vládním opatřením na zmenšení dopadů ekonomické krize (37 % dotázaných uvedlo, že jsou zcela nedostatečná, 40 % se domnívá, že pomohou jen velmi málo). Ženy jsou v tomto směru pesimističtější než muži. Přes 40 % lidí ve věku od 45 do 64 let se domnívá, že jsou vládní opatření zcela nedostatečná.

Co si myslíte o vládních opatřeních na zmenšení dopadů ekonomické krize v ČR?

- Jsou dostatečná, víc udělat nelze
- Nejsou zcela dostatečná, pomohou jen velmi málo
- Jsou zcela nedostatečná
- Žádná opatření nejsou třeba
- Neví, nevedla



Báze: všichni respondenti, v %

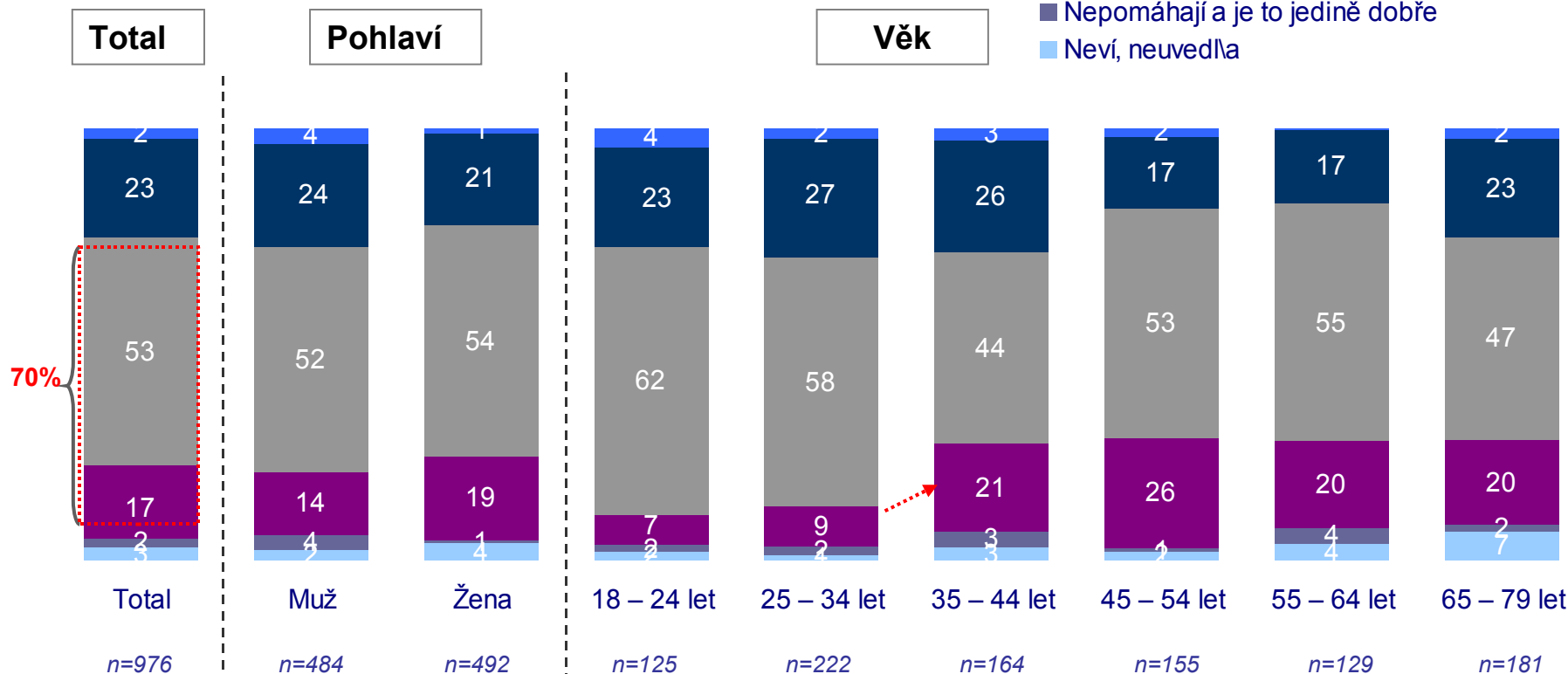
Podle názoru 70 % populace politici nepomáhají při řešení ekonomické krize tak, jak by měli (53 % si myslí, že reálně nepomáhají, pouze o tom mluví, zbývajících 17 % populace je názoru, že je to politikům úplně jedno). Lidé nad 35 let jsou obecně více nespokojeni s výkony politiků než mladší generace.

Jak podle vás politici plní svou úlohu a pomáhají při řešení ekonomické krize?

↑ Statisticky významný rozdíl na 5% hladině významnosti

- Pomáhají maximálně v rámci svých možností
- Pomáhají, ale mohli by pomáhat ještě více
- Reálně nepomáhají, pouze o tom mluví
- Nepomáhají a je jim to úplně jedno
- Nepomáhají a je to jediné dobře
- Neví, nevedla

Tento názor sdílí častěji lidé s nižším vzděláním ←



Báze: všichni respondenti, v %

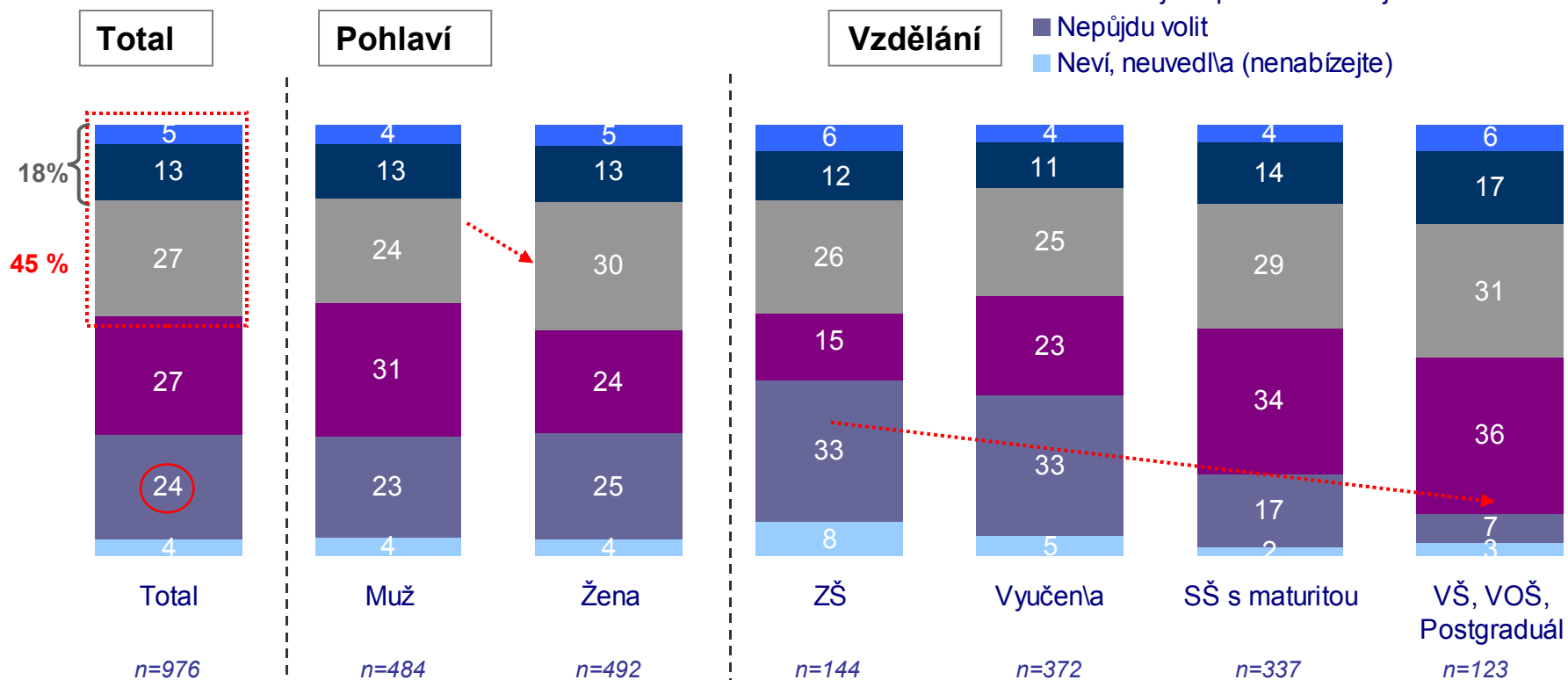
45 % obyvatel uvedlo, že při volbách budou přihlížet k programům politických stran jak řešit ekonomickou krizi (zároveň 18 % respondentů deklarovalo, že tato řešení budou jedním z hlavních kritérií volby politické strany). Ženy častěji než muži uvedli, že k řešení krize přihlednou, nicméně to pro ně nebude rozhodující aspekt. 24 % populace pak přiznalo, že k volbám nepůjde, přičemž s rostoucím vzděláním se zvyšuje předpokládaná účast.

Budete se rozhodovat v letošních parlamentních volbách podle toho, jaké mají strany recepty na řešení ekonomické krize?

▲ Statisticky významný rozdíl na 5% hladině významnosti

Tento názor sdílí nepatrně častěji lidé do 44 let ←

- Ano, je to pro mne to hlavní
- Ano, je to jedno z hlavních kritérií
- Přihlednu k tomu, ale rozhodující to pro mne není
- Rozhoduji se podle něčeho jiného
- Nepůjdu volit
- Neví, nevedla (nenabízejte)



Báze: všichni respondenti, v %

2/3 populace nebyly schopny říct, která politická strana má nejlepší plán na řešení ekonomické krize.

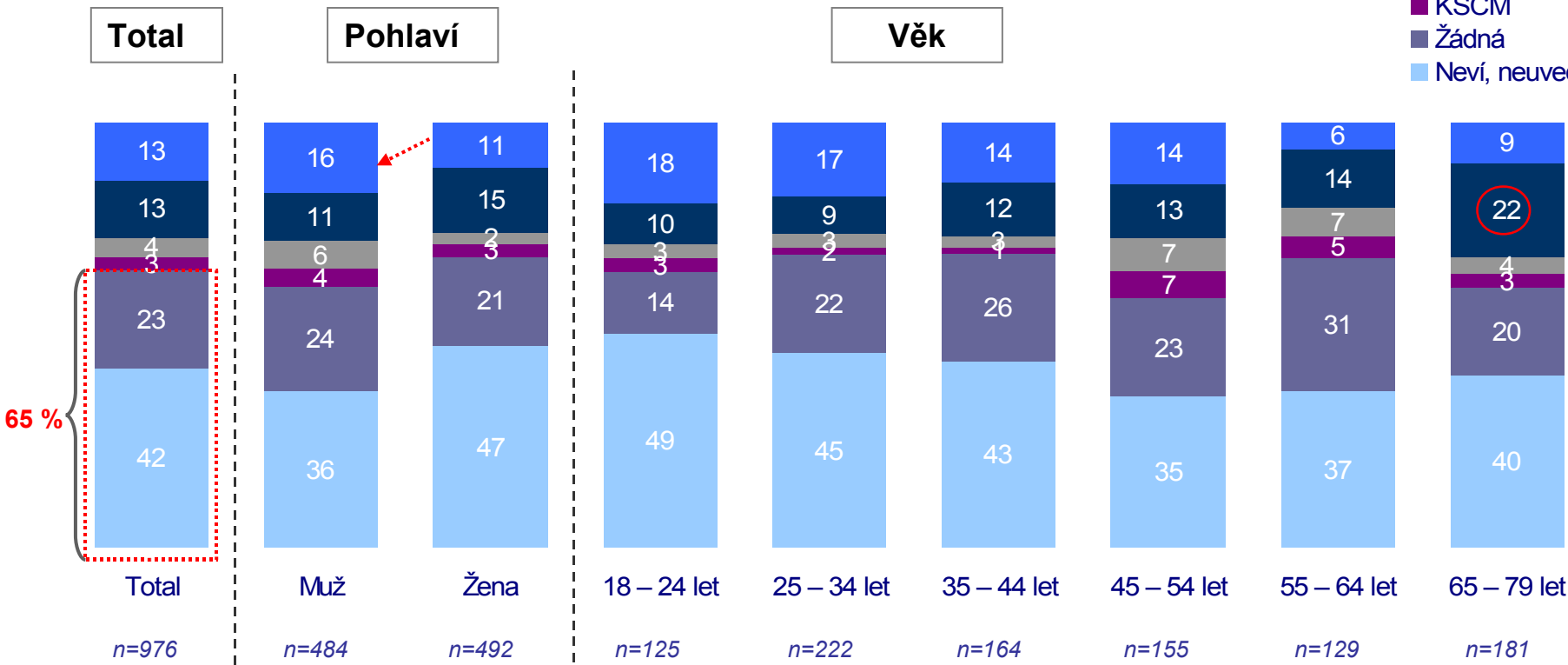
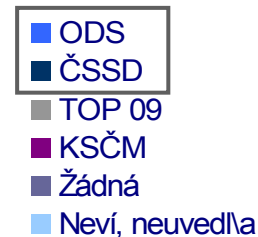
Plány obou nejsilnějších stran ODS a ČSSD na řešení krize získaly shodně podporu 13 % respondentů. Při pohledu na dvě nejsilnější strany je patrné, že z hlediska řešení ekonomické krize muži věří více ODS a ženy více ČSSD. Zároveň s rostoucím věkem klesá přízeň k ODS a naopak narůstá důvěra v ČSSD.

Která politická strana má podle Vás nejlepší plán na řešení ekonomické krize?

Že má ODS nejlepší plán ze všech stran na řešení ekonomická krize se domnívají častěji lidé s vyšším vzděláním

Lidé s nižším vzděláním sdílí častěji názor, že má nejlepší plán na řešení krize ČSSD

Statisticky významný rozdíl na 5% hladině významnosti



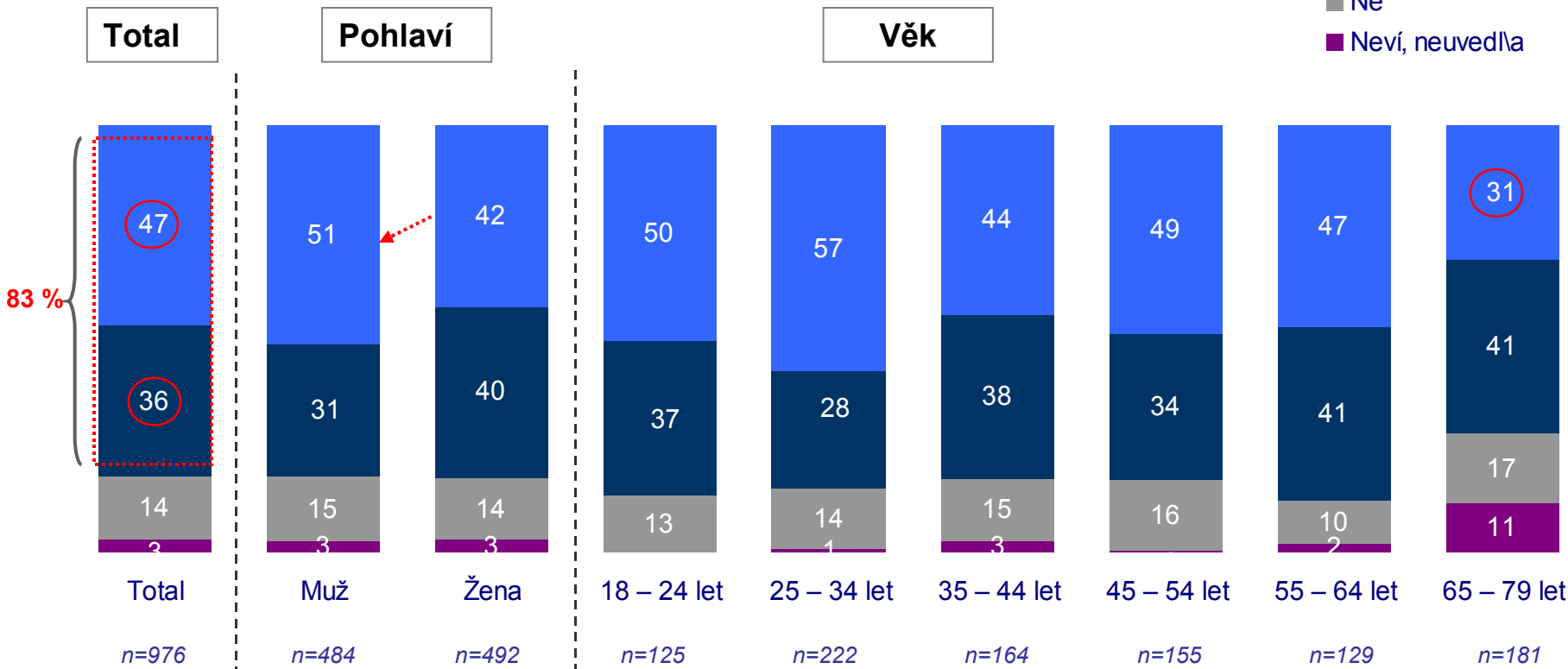
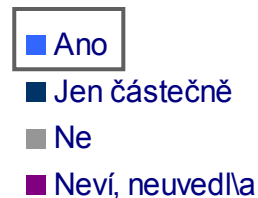
Pozn.: báze všichni respondenti v % (dopočet do 100 % tvoří ostatní politické strany s podílem odpovědí do 1 %)

Důvěru v české banky v době probíhající ekonomické krize deklaruje 83 % populace (téměř polovina populace důvěřuje českým bankám úplně, 36 % alespoň částečně). Naproti tomu bankám zcela nedůvěřuje pouze 14 % obyvatel. Vyšší důvěru vykazují muži a mladší generace do 34 let.

Věříte českým bankám v době probíhající ekonomické krize?

Statisticky významný rozdíl na 5% hladině významnosti

Bankám důvěřují častěji lidé s vyšším vzděláním



Báze: všichni respondenti, v %

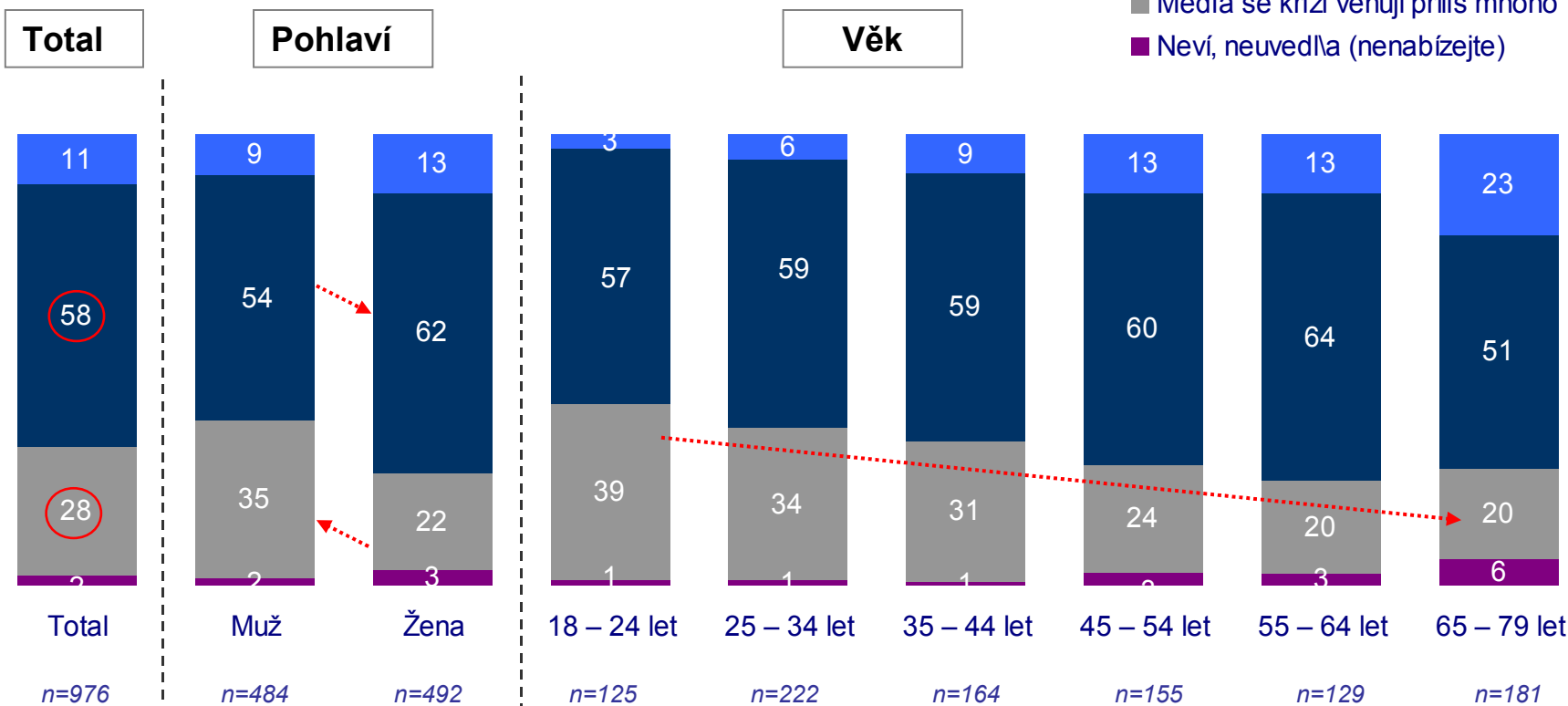
58 % obyvatel ČR se domnívá, že média krizi věnují přiměřený prostor (ženy častěji než muži). 28 % je pak názoru, že se krizí zabývají příliš mnoho. Tento názor sdílí častěji muži než ženy a mladší lidé. Naopak důchodci se domnívají (v 23 % případů), že se média krizi věnují málo.

Jakou míru pozornosti podle Vás věnují česká média ekonomické krizi?

Statisticky významný rozdíl na 5% hladině významnosti

Tento názor sdílí nejčastěji lidé se základním vzděláním

- Média se krizi věnují málo
- Média krizi věnují přiměřený prostor
- Média se krizi věnují příliš mnoho
- Neví, nevedla (nenabízejte)



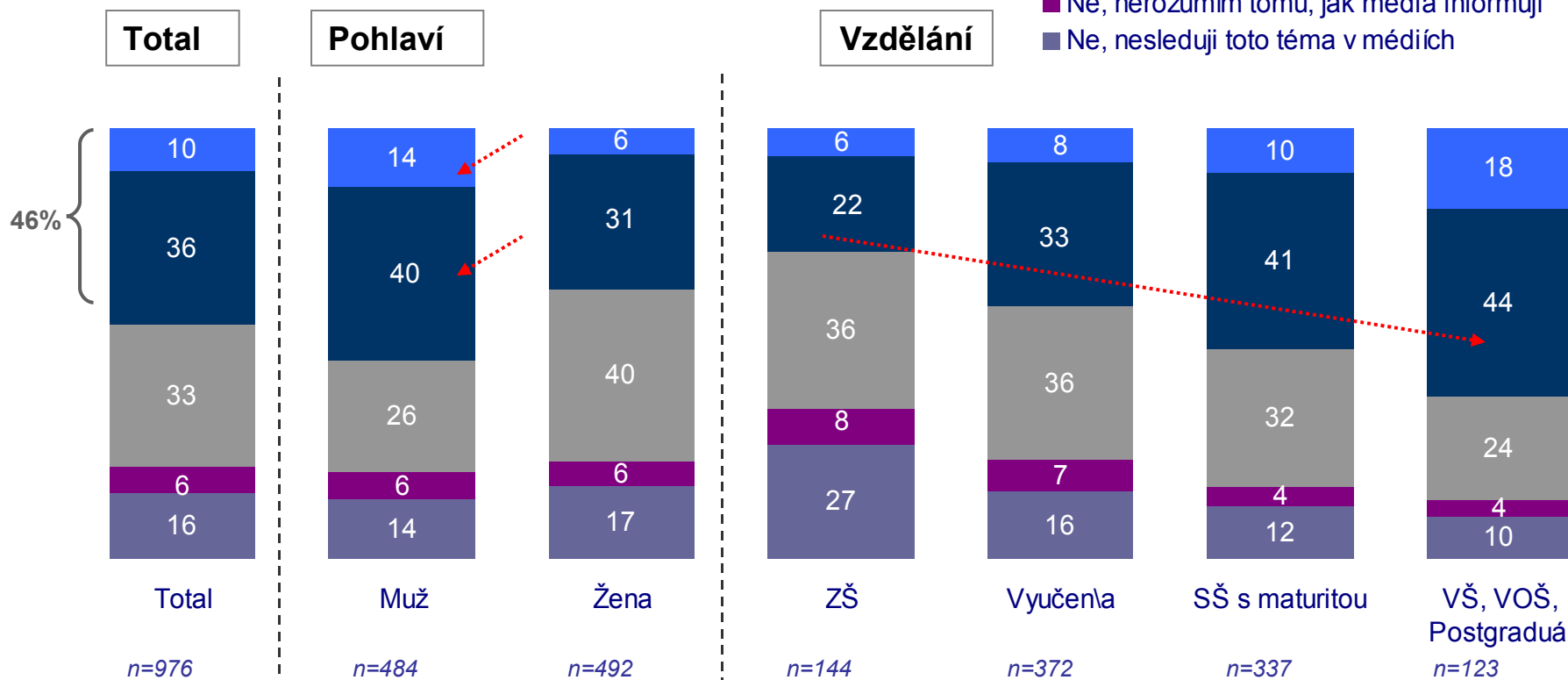
Báze: všichni respondenti, v %

Podle 46% lidí jsou informace, které o krizi přináší média, srozumitelné. Častěji to uvádí muži než ženy. Srozumitelnost a využitelnost informací o krizi klesá přímo úměrně se vzděláním, stejně tak sledování tohoto tématu klesá spolu se vzděláním. **Pouze 6 % populace vnímá informace o krizi v médiích jako nesrozumitelné.**

Jsou podle Vás informace o ekonomické krizi, které přináší česká média, srozumitelné a v životě využitelné?

↑ Statisticky významný rozdíl na 5% hladině významnosti

- Ano, jsou srozumitelné i praktické
- Jsou srozumitelné, ale já je v praxi příliš nevyužiji
- Ně kterým informacím rozumím, jiným moc ne
- Ne, nerozumím tomu, jak média informují
- Ne, nesleduji toto téma v médiích



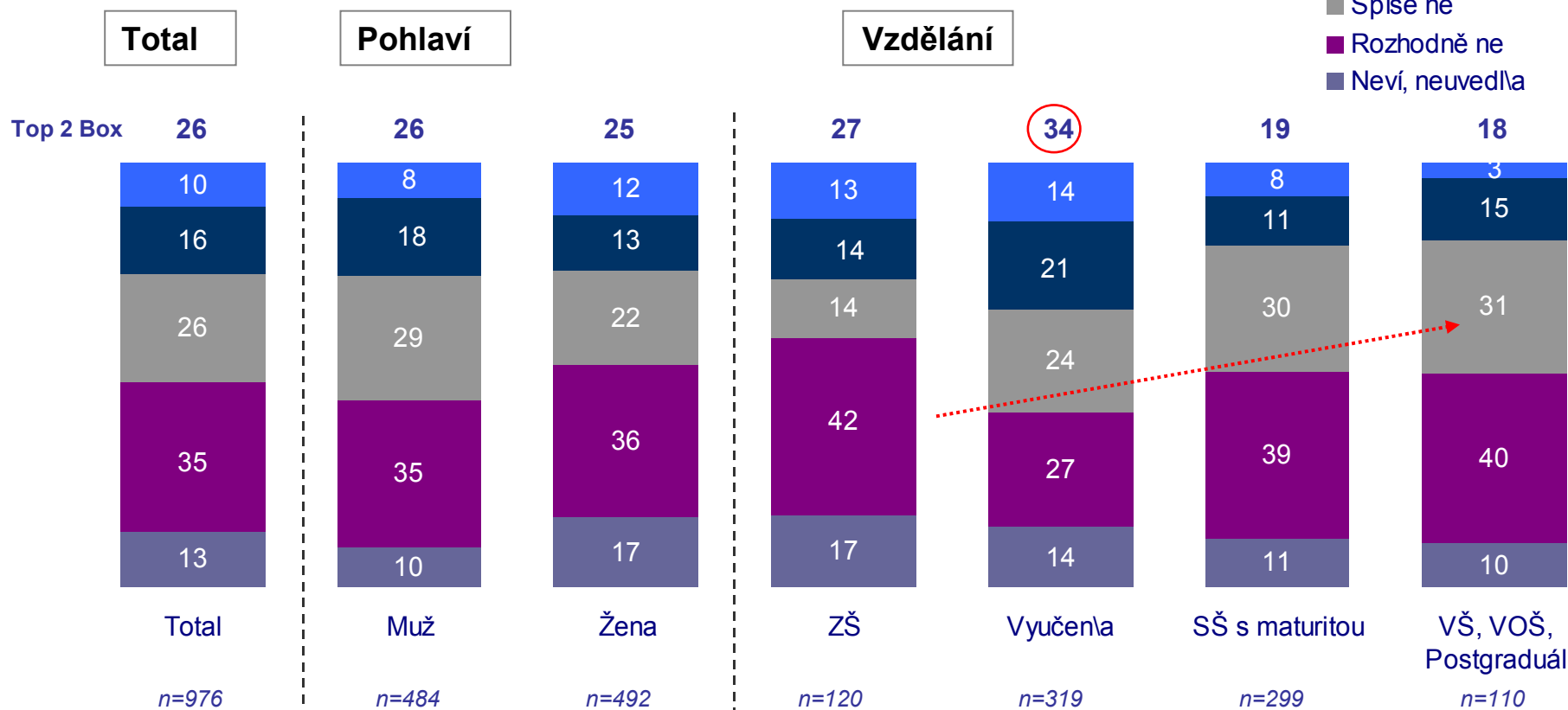
Báze: všichni respondenti, v %

26 % české populace má obavy ze ztráty práce v souvislosti s ekonomickou krizí. Největší obavy mají pak vyučení zaměstnanci a pracovníci se základním vzděláním. Mezi vysokoškoly připouštějí ztrátu zaměstnání pouhá 3 % dotázaných.

Máte obavy z toho, že v souvislosti s ekonomickou krizí přijdete o práci?

↑ Statisticky významný rozdíl na 5% hladině významnosti

- Rozhodně ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Rozhodně ne
- Neví, neuvedla

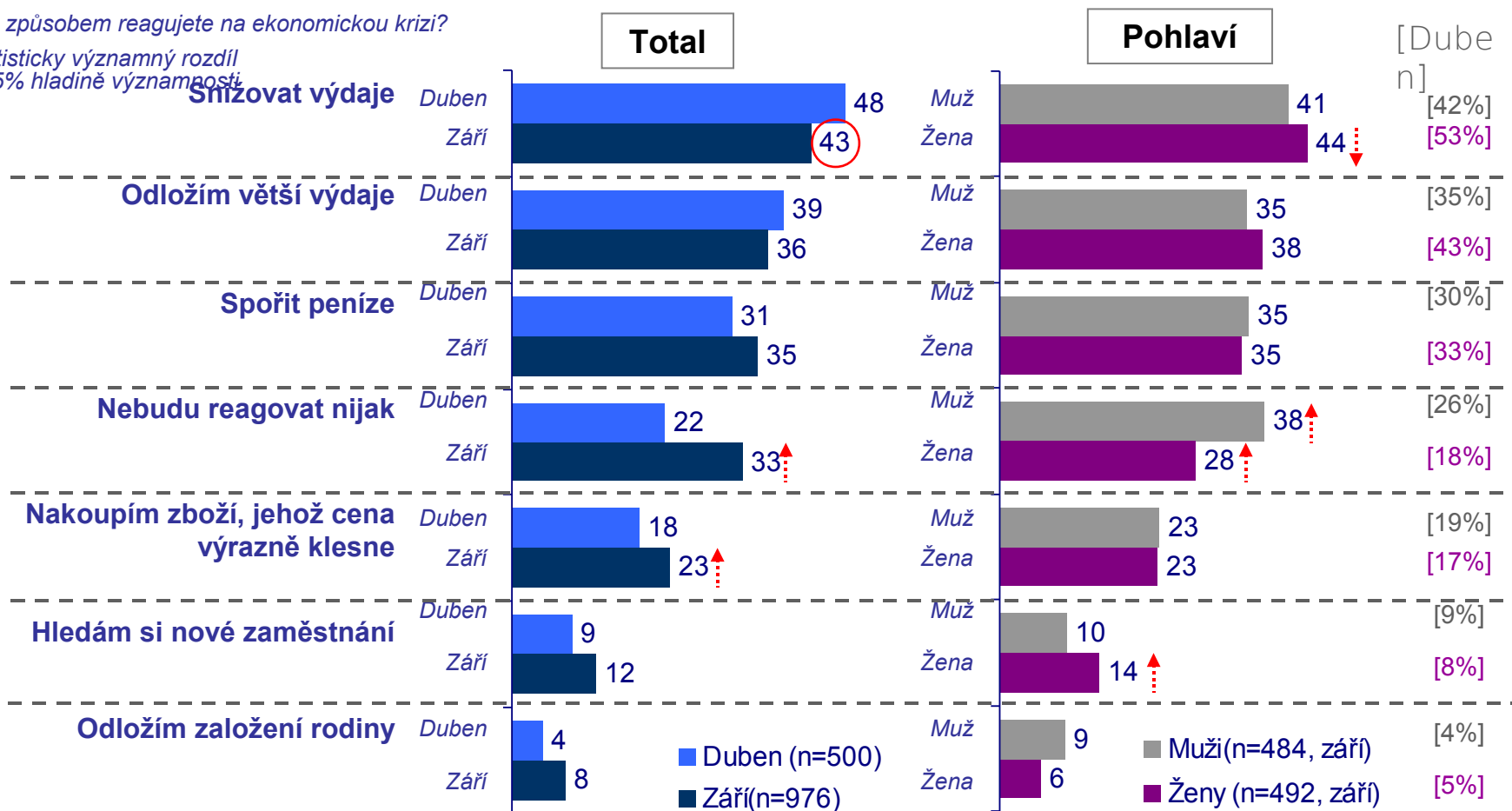


Báze: všichni respondenti, v %

Od dubna do září 2009 ubývá počet lidí, kteří budou snižovat celkové výdaje, spíše bude docházet k hospodárnějšímu využití rozpočtu v podobě vyhledávání slev a výhodných nákupů. Celkově posílilo procento těch, kteří na krizi reagovat nebudou, a to z 22 % na 33 %; mezi muži tento názor převládá častěji než u žen.

Jakým způsobem reagujete na ekonomickou krizi?

▲ Statisticky významný rozdíl na 5% hladině významnosti



Spotřebitelské chování v době krize I.

Kde se budou nejvíce snižovat výdaje ?

V době ekonomické krize lidé nejvíce plánují ušetřit na energiích (topení, elektrika, plyn, voda) nebo při zajišťování dovolené či v souvislosti s návštěvou kaváren/restaurací.

Do jaké míry plánujete změnit své výdaje v následujících oblastech?

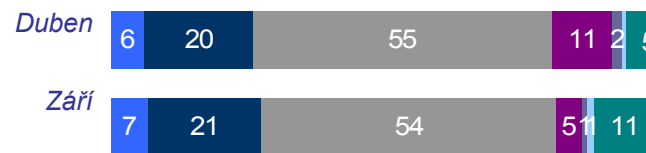
↑ Statisticky významný rozdíl na 5% hladině významnosti

■ Zcela omezím ■ Snižím ■ Nezměním ■ Zvýším ■ Výrazně zvýším ■ Nevím ■ Netýká se mne

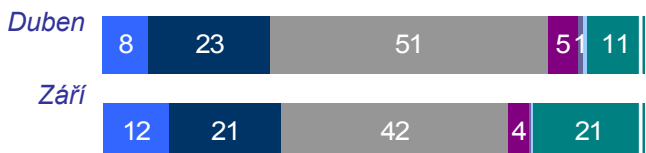
Topení, elektrika, plyn, voda



Investice do vybavení domácnosti



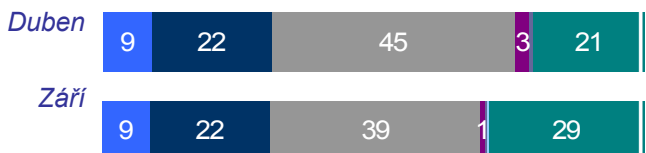
Dovolená, cestování



Domácí spotřebiče



Kavárny, restaurace



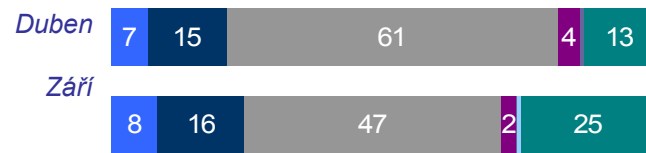
Telekomunik. služby (telefon a internet)



Spotřební elektronika



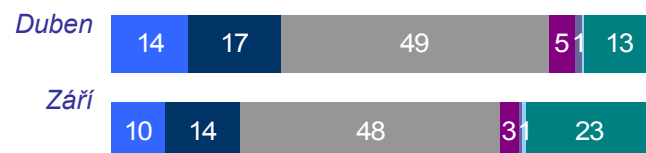
Kultura (divadlo, kino, koncerty)



Oblečení



Nábytek



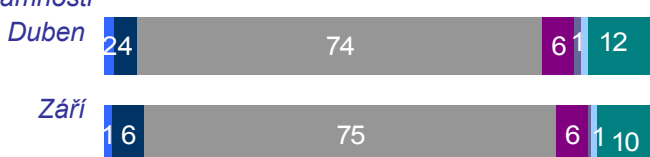
Omezování výdajů se dotkne nejméně oblasti léků/ léčiv a vitamínových přípravků. Od dubna 2009 došlo ke snížení výdajů na knihy. Kuřáci plánují snížit své výdaje týkající se nákupu cigaret.

Do jaké míry plánujete změnit své výdaje v následujících oblastech?

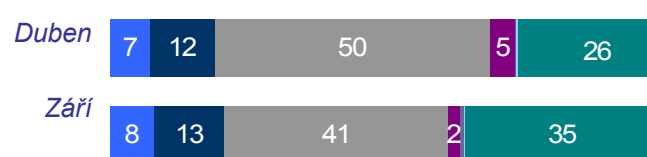
Statisticky významný rozdíl na 5% hladině významnosti

■ Zcela omezím
 ■ Snížím
 ■ Nezměním
 ■ Zvýším
 ■ Výrazně zvýším
 ■ Nevím
 ■ Netýká se mne

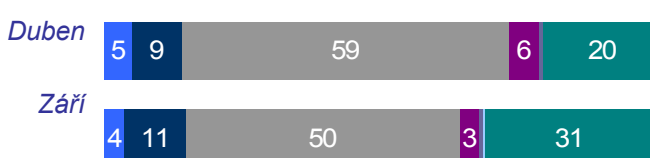
Léky a léčivé přípravky



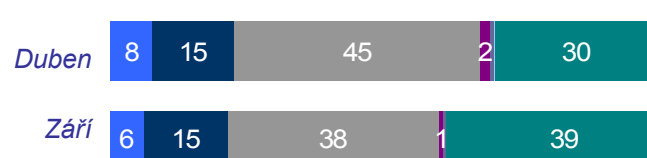
Návštěva sportovních akcí



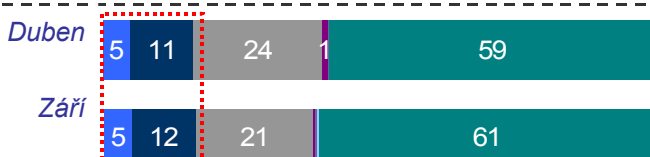
Vitamínové přípravky



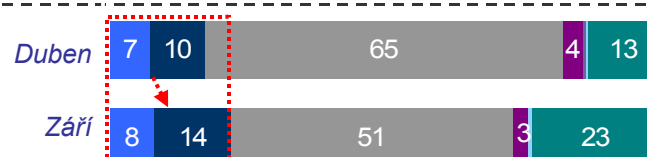
Alkohol



Cigarety



Knihy



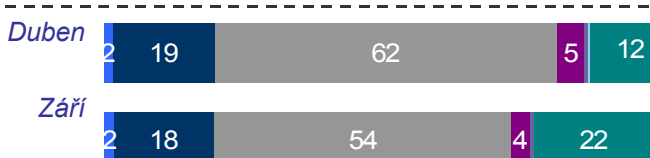
Jídlo



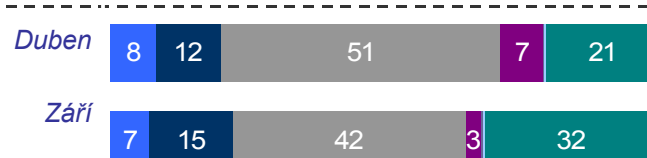
Kosmetika, drogerie



Pohonné hmoty



Sportovní vybavení



Muži výrazně častěji než ženy uvedli, že náklady v souvislosti s krizí nezmění. Přesto 20 % mužů deklarovalo, že sníží náklady na alkohol. Naproti tomu ženy plánují snížit některé ze svých výdajů, zejména při nákupu oblečení (31 %), kosmetiky/drogerie (24 %), jídla (24 %) a v oblasti telekomunikačních služeb (25 %).

Do jaké míry plánujete změnit své výdaje v následujících oblastech?

Spotřebitelské chování (v %)				
Odpovědi s významně vyšší četností, 5% hladina významnosti	Náklady snížím		Náklady nezměním	
	Muž n=484	Žena n=492	Muž n=484	Žena n=492
Topení, elektřina, plyn, voda	31	35	63	58
Dovolená, cestování	22	19	47	37
Kavárny, restaurace	25	20	47	30
Spotřební elektronika	19	22	57	44
Oblečení	18	31	72	55
Investice do vybavení domácnosti obecně	22	20	58	50
Domácí spotřebiče	21	19	63	53
Telekomunikační služby (telefon a internet)	17	25	75	66
Kultura (divadlo, kino, koncerty apod.)	16	16	53	42
Nábytek	15	13	51	45
Sportovní vybavení	14	17	52	33
Kosmetika, drogerie	14	24	71	66
Knihy	11	18	57	46
Alkohol	20	11	49	28
Návštěva sportovních akcí	12	13	53	29
Pohonné hmoty	18	19	63	45
Jídlo	13	24	82	71
Cigarety	12	11	25	18
Vitaminové přípravky	8	14	51	50
Léky a léčivé přípravky	6	6	74	76

Báze: všichni respondenti

53 % populace plánuje šetřit na Vánoce, přičemž ženy hodlají šetřit častěji než muži. Podíl těch, kteří šetřit nebudou, protože nemají z čeho a zároveň půjčovat si nechtějí, roste spolu s věkem.

Budete si letos šetřit peníze na Vánoce?

↑ Statisticky významný rozdíl na 5% hladině významnosti

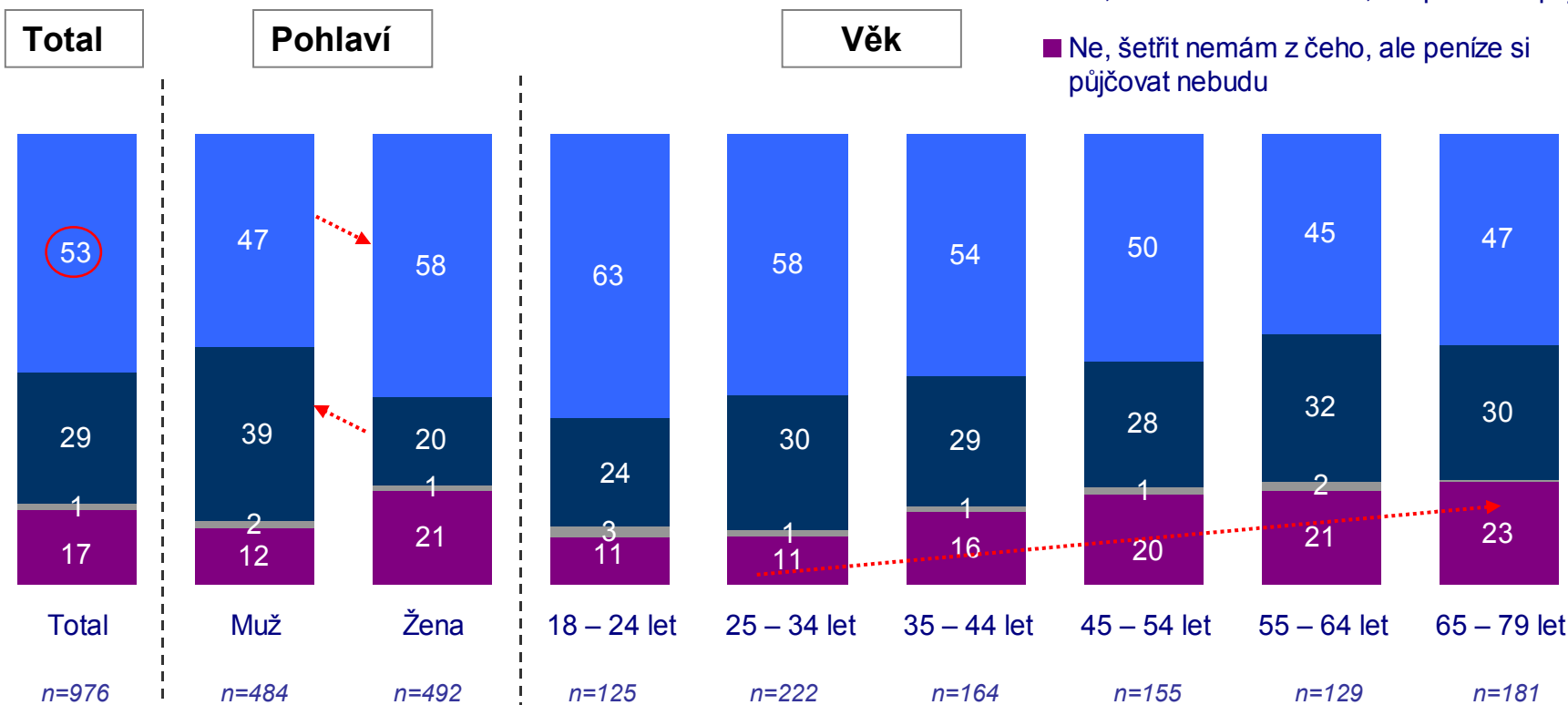
Čím vyšší vzdělání, tím menší potřeba šetřit. ←

Ano

Ne, šetřit nepotřebuji

Ne, šetřit nemám z čeho, ale peníze si půjčím

Ne, šetřit nemám z čeho, ale peníze si půjčovat nebudu



Báze: všichni respondenti, v %

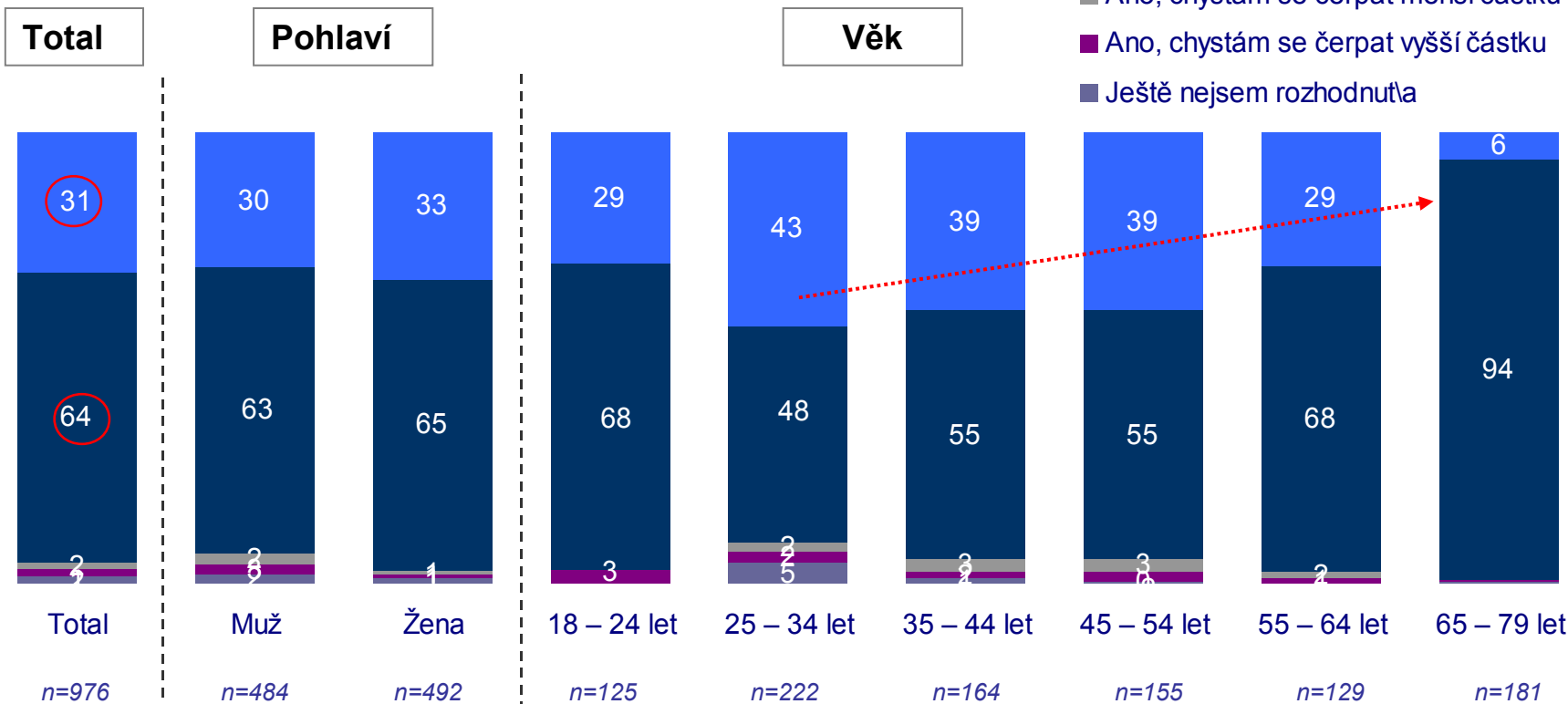
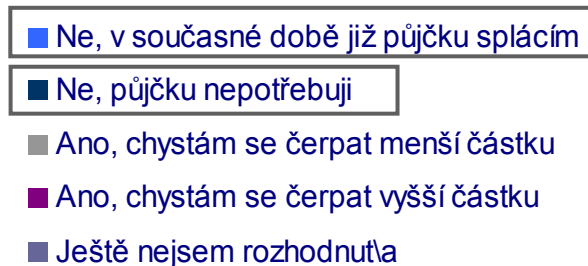
Téměř 2/3 populace ČR se dnes nechystají čerpat spotřebitelský úvěr ani půjčku a 31 % obyvatel ČR v současné době splácí spotřebitelský úvěr. Pořízení nového spotřebitelského úvěr/půjčky avizují pouze 4 % populace. Podíl lidí, kteří splácejí úvěr, klesá s rostoucím věkem (vyjma kategorie do 24 let).

Chystáte se v současné době čerpat spotřebitelský úvěr, tj. půjčku?

Podíl těch, kteří v současné době splácejí je vyšší u populace s nižším vzděláním.

Čím vyšší vzdělání, tím menší potřeba půjčky.

Statisticky významný rozdíl na 5% hladině významnosti



Báze: všichni respondenti, v %



Radek Jalůvka
General Manager CR, SR
radek.jaluvka@ipsos-tambor.cz
GSM: +420 603 432 205



Michal Straka
Account Director
michal.straka@ipsos-tambor.cz
GSM: +420 731 534 206



Tomáš Macků
Research Consulting Director CR, SR
tomas.macku@ipsos-tambor.cz
GSM: +420 774 646 799

Ipsos Tambor, Národní 6, 110 00 Praha 1, tel.: +420 226 513 111,
Ipsos Tambor SR, Kolárska 1, 811 06 Bratislava, tel.:+421 252 932 142

www.ipsos-tambor.cz