

annyira meglepő, hogy biztosan megállunk megnézni, mi az) helyeznek ki.

• **Kóstoltatás.** Új élelmiszereknél gyakran alkalmazzák. Nagy előny, hogy megkóstolhatjuk a terméket, mielőtt megvesszük. Az árát és az összetételét azért nézzük meg előtte!

• Miután a fenti trükkökkel jól megnövelték a vásárlásra fordított időt, nem árt valamivel csökkenteni a vevőben felhalmozódott feszültséget. A megfelelően kiválasztott **zene és illatok** megnyugtatnak bennünket, így fogékonyabbá válunk a reklámok befogadására.

Mit tehetünk, hogy kevesebb fölösleges holmi kerüljön a kosarunkba és több pénz maradjon a pénztárcánkban?

🛒 Írjunk **bevásárlólistát** és tartsuk is magunkat az ott leírtakhoz!

🛒 Nézzük meg, hogy meddig őrzi meg a termék a minőségét! Gondoljuk végig, el tudjuk-e **fogyasztani a lejárát előtt**, amit megveszünk!

🛒 Folyamatosan **mérlegeljük szükségleteinket!**

🛒 **Jóllakottan** vásároljunk!

🛒 Gondoljuk végig, hogy az **akció valóban kedvező-e** számunkra! (A szlogen és az ár összhangban vannak-e? Megéri-e az ajándékért megvenni a terméket, vagy jobban járnánk, ha külön vennénk egy számunkra megfelelő tusfürdőt és papucsot? Biztos, hogy megéri az időt, a fáradságot és a pénzt az a törölköző vagy kulcstartó?)

🛒 Ne tévesszen meg bennünket, hogy 1-2 terméket kedvezményes áron vásárolhatunk meg. Ezt az **árengedményt más termékek árába** fogják beépíteni.

🛒 **A kisgyereket lehetőleg ne vigyük** magunkkal, ha mégis, legyen nálunk játék, ami - legalább egy időre - leköti a figyelmét.

🛒 Az édesség csomagolásával egybeépített kütyük helyett, inkább vegyünk valami **tartós és használható játékot a gyerekeknek.**

🛒 Fordítsunk kicsit **több időt és kevesebb pénzt** az ajándékok kitalálására!

🛒 Kérdezzünk, vagy számoljunk! **Ha nincs feltüntetve az ár** vagy az egységár, nyugodtan **kérdezzük meg az eladót!** (Fontos tudni, ha a pénztárnál más árát blokkolnak, mint ami fel van tüntetve a terméken vagy a polcon, jogunk van az alacsonyabb összeget fizetni.)

🛒 Észrevételeinket, panaszainkat **írjuk be a panaszkönyvbe!**

🛒 Végül, ha valaki úgy gondolja, hogy anyagi kár éri, ha kihagyja a különböző akciókat, gondolja végig, mennyi **fölszemes dolgot vásárol** ezek hatására, és mennyi minden kerül a kukába felhasználatlanul!

Ne feledjük, a megfontolt vásárlással időt, pénzt és idegeskedést spórolhatunk meg magunknak és a környezetet is kíméljük a kisebb energia-felhasználással és a kevesebb hulladék termelésével.

Jogainkról, lehetőségeinkről tájékozódjunk az alábbi honlapokon:

www.fvf.hu, www.tudatosvasarلو.hu



Hulladék Munkaszövetség

📍 1111 Budapest Saru u. 11. ✉ humusz@humusz.hu
🌐 www.humusz.hu ☎ (1) 386-2648

Írta: Földesi Dóra • Grafika: Palkovics Vera • Szerkesztő: Graczka Sylvia

Kiadó: Hulladék Munkaszövetség, 2007.

A kiadvány újranyomásra készült. Ha elolvasta, ne dobja ki!

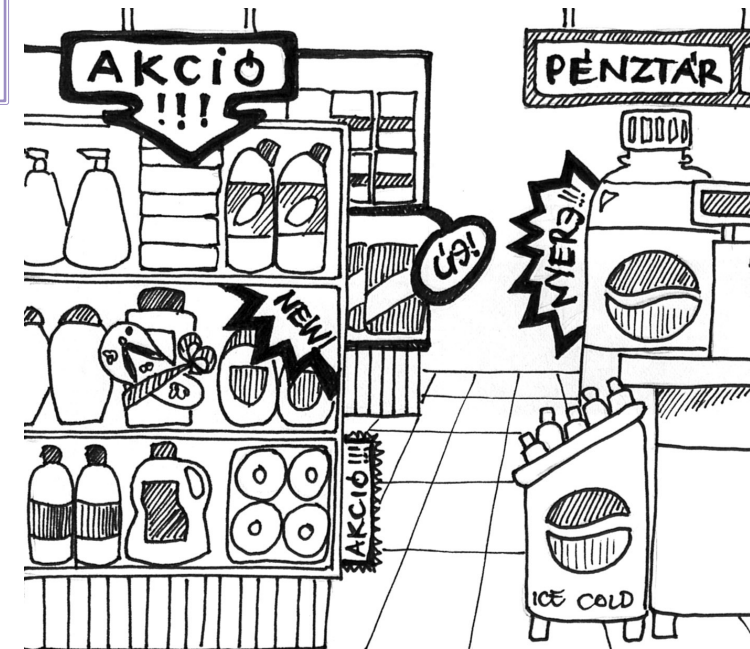
Adja tovább, vagy juttassa vissza a HuMuSz-hoz! Köszönjük!

A kiadvány megjelenését a KÖVICE támogatta.

Hulladék Munkaszövetség

Megelőzés

Bolti trükkök



Kukaügyi ismeretek

27.

Jártak már úgy, hogy elugrottak a boltba néhány dologért, aztán alig bírták hazacipelni, amit vásároltak? Töltötték már az egész szombat délelőttjüket egy hipermarketben és amikor hazatértek üres pénztárcával, teli csomagtartóval és alig fértek be a lakásba a sok holmitól, akkor vették észre, mennyi fölösleges dolgot vettek? Vagy esetleg csak akkor, amikor az előző heti bevásárlás maradékait dobálták ki a hűtőből?

• **A fejlett európai országokban az élelmiszerek 30%-a a kukában landol.**
• **A vásárlások 30-40%-a a „nyúzásnak” (a gyerek nyugtatja a szülőt) köszönhetően következik be.**
• **Napjainkban a vásárlások 70%-a impulzusvásárlás (döntéseink többségét az üzletben kapott információk és hatások alapján hozzuk meg).**

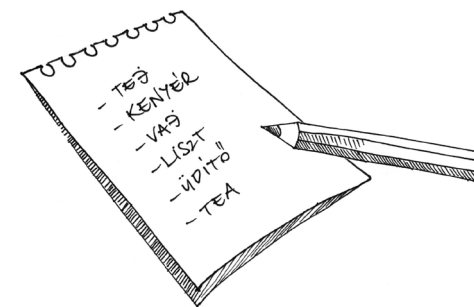
Úgy tűnik, manapság a kosárba kerülő áruk fajtája és mennyisége nemhogy a valós szükségleteinkkel, de még csak az előzetes igényeinkkel sincs összhangban. Hogy történhet ez meg?

Összegyűjtöttük azokat a jellemző bolti trükköket, melyekkel vásárlásra csábítanak bennünket az üzletekben.

- A reklámozás egyik leghatékonyabb eszköze az **ismétlés**. A nagy számban (bevásárlókocsin, pénztári szalagon, padlón, stb.) ismétlődő üzenetek szinte bevésődnek a vásárló agyába.
- **Hangzatos szlogenek**. A jól bevált Akció helyett, egyre újabb szlogeneket találnak ki számunkra, hogy felkeltsék figyelmünket. Pl.: Szuper ár! Új termék, New!

- **Árukapcsolás**. Ugyanazon cég egy termékéhez csomagol egy másikat és valamivel kedvezőbb áron adja, mintha a kettőt külön vennénk meg. Új, vagy kifutó termékeknél, ill. kevésbé népszerű áruknál alkalmazzák.
- **Ajándék** a termékhez. Bögre plüssállattal, tusfürdő papuccsal, hogy csak két jellemző példát említsünk.
- **Gyűjtőgető akciók**. Lehet kupakot, mesekártyát, vonalkódot és pontokat gyűjteni. A lényeg, hogy a fogyasztó hű maradjon a márkához, az áruházhoz.
- **1-et fizet, 2-t vihet!** Most 4-et adunk, 2 árért! Ezek az akciók nagyon jellemzőek a kifutó termékeknél, vagy a joghurtoknál, amiknek hamarosan lejár a szavatosságuk. De valóban szükségünk van 2-re, 4-re ...?
- **Alacsony árak**. Néhány napi fogyasztási cikk extra kedvezményes áron történő árusításával könnyen becsalogatnak bennünket az üzletbe, ahol aztán megvásárolunk minden más szükséges és nem szükséges dolgot is, amiknek az ára már nem annyira kedvező.
- Ma már minden nagyobb áruházban fizethetünk **bankkártyával**, így nem annyira sokkoló a számla nagysága.
- Napjaink egyik legnagyobb üzlete (persze nem a fogyasztónak) az **áruhitel**. Nem gond, ha nincs elég pénzünk, ma már helyben, önerő nélkül is kaphatunk hitelt. A meglepetés csak akkor jön, amikor kiszámoljuk, hogy így 1,5-2-szer annyit fizetünk a termékért és a sok hiteltől teljesen eladósodunk.
- **Óriási bevásárlókocsik**. Sok minden befér és nem kell cipekednünk, nyugodtan pakolhatunk. Ráadásul a nagy kocsiban elvesző sok kis termék értékét hajlamosak vagyunk alábecsülni, így a kasszánál könnyen érhet minket meglepetés.

- A hiper- és supermarketek nagyon figyelnek az **áruk elhelyezésére**. Az alapvető élelmiszereket általában a bolt hátuljában, egymástól távol találjuk meg (kenyér, tej).
- **Szemmagasságban** a nagyobb, ismertebb márkákat találjuk, hiszen ezekért a **polchelyekért** bizony fizetni kell a gyártónak (de lehet hogy igazából a fogyasztónak?).
- A **gondolák végére**, mint kiemelt helyekre **luxuscikkek**, vagy **akciós áruk** kerülnek, hiszen nem mindenki sétál végig a hosszú polcsorok között.
- A **pénztárak környékén** millió nassolnivalót és érdekességet találunk, hogy valamivel elüthessük az időt sorban állás közben és persze a gyerekeknek legyen miért sírni.



- Amikor már azt hisszük, hogy kiismertük a boltot és célirányosan tudunk vásárolni, **átrendeznek mindent**, hogy csak hosszas kutatómunkával találjuk meg a lisztet és persze közben felfedezünk néhány újdonságot, ami felkelti az érdeklődésünket és a kosarunkban köt ki.
- A nagy kínálatban néhány gyártó különösen szeretné felhívni magára a figyelmet, így **polcmegállítókat, padlómatricákat és mozgásérzékelő rikkancsokat** (amikor elhaladunk az áru előtt megszólít minket, ami