

## MIT TEHETÜNK, HOGY KEVESEBB FŐLŐS- LEGES HOLMI KERÜLJÖN A KOSARUNK- BA, ÉS TÖBB PÉNZ MARADJON A PÉNZ- TÁRCÁNKBAN?

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 lejárat 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 törőlköző 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 kutyuk 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 feltűntetve az ár vagy az egységár, nyugodtan kérdezzük meg az eladót! (Fontos tudni, ha a pénztárnál más



árat blokkolnak, mint ami fel van tüntetve a terméken vagy a polcon, jogunk van az alacsonyabb összeget fizetni.)

Észrevételeinket, panaszainkat írjuk be a panasz-könyvbe!

Végül, ha valaki úgy gondolja, hogy anyagi kár éri, ha kihagyja a különböző akciókat, gondolja végig, mennyi fölösleges 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](http://www.fvf.hu), [www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)



Ha segítségre lenne szükséged, keress meg minket!

Hulladék Munkaszövetség (HuMuSz)  
cím: 1111 Budapest, Saru utca 11.  
telefon: [06-1]38-62-648  
e-mail: [humusz@humusz.hu](mailto:humusz@humusz.hu)  
honlap: [www.humusz.hu](http://www.humusz.hu)

Írta: Földesi Dóra • Grafika: Palkovics Vera, Kóroei Gábor  
• Szerkesztő: Graczka Sylvia

© Hulladék Munkaszövetség, 2009.

A kiadvány újrapapírra készült.  
Ha előlvasta, ne dobja ki, adja tovább!

A kiadvány megjelenését a Marisla Foundation támogatja.

## Bolti trükkök



Kukaügyi ismeretek

7

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 „nyüzásnak” (a gyerek nyaggatja a szülőt) köszönhetően következik be.

Napjainkban a vásárlások 40%-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 bevesződnek 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, mint ha a kettőt külön vennénk meg. Új, vagy kifutó termékeknel, 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 fizat, 2-t vihet!** Most 4-et adunk, 2 áráért! Ezek az akciók nagyon jellemzőek a kifutó termékeknel, 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 albecsülni, így a kasszáznál könnyen érhet minket meglepetés.

- A hiper- és szupermarketek 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 gondolk 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 elúthessük 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 listét 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 annyira meglepő, hogy biztosan megállunk megnézni, mi az) helyeznek ki.
- **Kóstoltatás.** Új élelmiszereknél gyakran alkalmazzák. Nagy előny, hogy megkóstolhatjuk a terméket, mielőtt megvesszük. Az árat 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 válnak a reklámok befogadására.