



Najveći šoping bez dugova

UKRASI, MAŠNICE I GLAZBA U TRGOVINAMA NAVODE NA ZADUŽIVANJE, A NAJBOLJE ORUŽJE PROTIV BANKROTA SU

DOBAR POPIS I KUPNJA U DRUŠTVU PRIJATELJA

Piše: NIKA BOROVIĆ

Iako će zbog gospodarske krize ove godine Hrvati ostaviti oko dvije milijarde manje novca u blagajnama trgovačkih lanaca, u prosincu će na darove, hranu i ukrase potrošiti čak deset milijardi kuna, predviđanja su Nezavisnog sindikata Hrvatske.

- Kupci moraju biti odgovorni, trošiti u skladu s mogućnostima i ne nasjedati na reklame - napominje Jadranka Kolarević, predsjednica Društva za zaštitu potrošača Hrvatske Potrošač, i objašnjava:

- Prigodna glazba u trgovinama, mašnice, ukrasi i sniženja magnetski privlače, no prije odlaska u kupnju sastavite razrađen plan jer reklame mijenjaju ekonom-

sko ponašanje. Zapitajte se 'koliko novca imam', 'koliko smijem potrošiti' i 'što točno želim'. Ako će na blagdanskim ručkama biti troje ljudi, ne treba kupovati cijelu puricu. Nekoliko dana prije početka blagdana razmislite o jelovniku, sastavite popis ovisno o broju ljudi koji dolaze na večeru i njihovim prehrambenim navikama te ne odstupajte od njega bez obzira na zov reklama.

Kupujete li u društvu, dogovorite se da ćete jedni drugima zauzdati želju za trošenjem na nepotrebne stvari i ohrabrivati se na štednju. Najmilijima darujte samo ono što im doista treba. Umjesto ukrasa ili najskupljeg parfema, birajte darove koji imaju uporabnu vrijednost poput rukavica, lijekova ili odjeće.

> Nastavak na str. 60

NADMUDRITE TRGOVCE I IZBJEGNITE SVE ZAMKE KUPNJE



AMBALAŽA PROIZVODA LAŽE O VELIČINI

Pri kupnji vodite računa o količini koja piše na deklaraciji, a ne veličini ambalaže. Ponekad se količina hrane može činiti većom nego što uistinu je. Kupujete li na rasprodaji, obratite pozornost na kvalitetu namirnica te pomno pročitajte deklaraciju i obavezno provjerite kad istječe rok trajanja.

AKCIJA I SNIŽENJE MOGU SKUPO STAJATI

Natpisi ne pokazuju kolika je razlika u stvarnoj i sniženoj cijeni pa ne nasjedajte olako na natpise "akcija" i "sniženje". Ponekad na proizvodu piše da je dio gratis, no stoji više nego obično. Kupujete li uvijek na istome mjestu, pratite rast cijena.

FACEBOOK I TWITTER MEKA SU ZA TRGOVCE

Reklame na Facebooku i Twitteru potiču blagdanskim kupnju, pokazuje američko istraživanje. Blještave "posebne ponude", ali i internetske stranice na kojima kupci mogu na različite načine isprobavati proizvode "navlače" na kupnju.

PROIZVODI U DRUŠTVU GOVORE "PROBAJ ME"

Niže cijene proizvoda često se nalaze na donjim ili najvišim policama. Također, imajte na umu da trgovci često grupiraju proizvode kako bi potaknuli na kupnju. Špageti kraj kojih stoji umak ili krema kraj biskvita pozivaju na trošenje.

SVI ŽELE BAKALAR JER SE NAJBOLJE VIDI

Što je ljepša ambalaža, proizvod je skuplji. No osim izgleda, važna je i pozicija u trgovini. Prigodne namirnice, poput bakalara ili kuglica za bor, stoje na strateški najuočljivijem mjestu osmišljenom da se kupci zaustave i potroše novac.



MUDRA KUPNJA

Osim jamstvenog lista, obvezno sačuvajte račun, ambalažu, potrebne deklaracije ili ugovore



Sretniji

OSIM ZAMKI SUPEMARKETA KO
ZARADE, NA NEKONTROLIRAN

Groznica **blagdanske** kupnje počinje već oko 15. prosinca, a na vrhuncu je nekoliko dana prije Badnjaka. Kako bi privukli kupce, trgovci se služe mnogim trikovima, od popusta do odgode plaćanja na rate, a mnogi za blagdane postignu čak 40 posto godišnje zarade. Kako bi se spriječilo mahnito kupo-

ŠTEDLJIVE TAKTIKE O

KOŠARICA ZA ŠOPING NAJBOLJI JE ALARM

Uzmete li košaricu, lakše ćete kontrolirati koliko kupujete. Pretjerate li, težina košarice poslužiti će kao praktičan alarm. Osim toga, kolica psihološki potiču na kupnju većih količina.





→ VRAĆA SE ZA 8 DANA
Kupite li dar ili proizvode kojima niste zadovoljni, možete ih vratiti u roku od najviše osam dana

↓ OŠTEĆENI DAROVI
Neispravne ili oštećene proizvode imate potpuno pravo vratiti trgovcu u roku od 30 dana



troše pametnije

JI TIJEKOM BLAGDANA POSTIGNU DO 40 POSTO GODIŠNJE

NU KUPNJU TJERAJU I NAVIKE TE OSJEĆAJI TUGE I GLADI

vanje, važno je prepoznati navike koje potiču na trošenje. Kako bi se oduprijeli nagonu za nekontroliranom kupnjom, izbjegavajte trgovine dok ste gladni, tužni, nemirni ili ne znate što biste sa sobom, savjetuje Dan Ariely, stručnjak s MIT-a (Tehnološkog instituta u Massachusettsu) i dodaje:

- Kupujete li sretni, trošit ćete mnogo racionalnije i uzimati samo najpotrebnije. **Dovoljno je** da se samo malo udaljite od popisa predviđenih namirnica i pokrenut ćete lavinu nepotrebnih darova ili hrane. Zato je najvažnije naoružati se čvrstim odlukama i ne odstupati od zadanih okvira. (nb)

BUZDAVAJU NAGONE ZA RASTROŠNOŠĆU

BEZ DIRANJA I GLEDANJA NEMA KAJANJA

Lijepo složena odjeća na posebnim stolovima usred butika mami da je dirnete, a time i da je kupite. Diranje, pa čak i dugo promatranje psihološki jača potrebu za vlasništvom.



NAKON SREĆE DOLAZE DUGOVI I DEPRESIJA

Tužni ili depresivni mogu potrošiti čak 30 posto novca više, pokazuje harvarska studija. Darovi mogu kratkotrajno razveseliti, a dugovi i brige rastužuju na duge staze i zatvaraju začarani krug.

