

# Popusti, akcije, ugodnosti ...



# Izkoristite jih! Prihranki so nori.

**P**iščanec, znižan za 45 odstotkov, klobasa za 35, kruh za 31, sesalnik za 40, pralni prašek za 45, hlače za 70 ... Trgovci nas bombardirajo z vseh strani. Akcije, popusti, znižanja. Kupci smo kralji. Če kupujemo načrtno in izkoriščamo akcije, lahko družina samo pri nakupih za v »hladilnik« prihrani več kot dva tisoč evrov na leto. Za lepe počitnice, kajne? Toda ali res znamo to izkoristiti? Naša anketa med kupci kaže, da številni žal ne! Evri nam pri vsakodnevnih nakupih hrane in pijače polzijo iz rok. Nekoliko bolj pazljivi smo pri večjih nakupih. Recimo mlada mamica Veronika je pri opremljanju kuhinje prihranila tisočaka. A pozor! Popusti nas lahko zapeljejo tudi v nakupe, ki jih ne potrebujemo. Iznajdljivi trgovci so namreč polni zvijač.



Srečko  
Sovič



Irena Herak

**Srečko Sovič, upokojenec, Ljubljana:** »Če z ženo kaj potrebujeva, kupiva tisto, kar je v akciji. Pred odhodom v trgovino si pripraviva nakupovalni seznam. Brez tega ne gre, takoj zapraviš več. Pa tudi, če že imaš seznam, se velikokrat zgodi, da kupiš kakšno malenkost, ki je nisi nameraval. Z ženo greva večkrat v trgovino in kupiva manj za manjše zneske. Kuhava še za hčerko in sina. Na mesec porabimo med 250 in 350 evri za hrano. Razlika je očitna, če greš v Eurospin, Lidl ali pa v Mercator. Sva upokojena in imava čas, zato z ženo pregledava vse letake in narediva načrt, kje bova kupila kaj. Obiščeva več trgovcev, saj so v bližini.«

**Igor, avtomehanik, samski, Ljubljana:** »Popusti, akcije so bolj ali manj goljufija. Trgovci imajo takšne marže, kakršne imajo. Pred časom sem kupoval neko mašino. Cena je bila pri enem trgovcu nižja kot pri drugem, čeprav je drugi izdelek prodajal s popustom. Moja cenovna občutljivost je odvisna od



Igor

Irena Herak

**Če na mesec za hrano zapravimo povprečnih 330 evrov, bi samo z nakupi izdelkov v akciji lahko prihranili okoli 110 evrov na mesec, kar je več kot 1.300 evrov na leto.**

**V**segaj je v izobilju. Trgovci tekmujejo, kateri bo dal večji popust, imenje več akcij in premamil trume kupcev, da bodo zapravili čim več de narja. Popusti so postali bolj razkošni, številni izdelki se ponujajo s 40-, 50-odstotnim popustom, in to pri vsakodnevnih nakupih. Pri tem so trgovci zelo ustvarjalni in ponujajo nove, garantirane, super cene, znižanje za kratek čas, akcije tri za dva, kupon za to in ono, organizirajo »loterijo«, kjer je možno zadeti od 10- do 99-odstotni popust ... Zgrabijo vsako bilko, da kaj prodajo s popustom – praznike, spremembu letnega časa, rojstne dneve, polno luno ... Kupec je kralj. Tisti, ki se tega zavedajo, lahko prihranijo obilo denarja, obstajajo pa tudi pasti in vanje se lahko ujamejo še tako večji lovci na popuste. Poglejmo primere.

### Pri hrani in pijači več kot dva tisoč evrov prihranka

Osredotočimo se najprej na »gospodinjske« izdatke, ki vsak mesec najbolj bremenijo družinski proračun – hrano, pijačo, osebno nego, dom ... Ti stroški v povprečju pomenijo slabo petino proračuna gospodinjstva, kaže statistika. Poigrali smo se s številkami. Na podlagi enega izmed letakov trgovcev smo sestavili košarico desetih izdelkov in primerjali njihove redne cene s cenami istih izdelkov v akciji (glej tabelo na strani 16). Z nakupovanjem izdelkov v akciji bi lahko izdatke znižali za približno tretjino. Če na mesec za hrano zapravimo povprečnih 330 evrov, kot kažejo nekatere raziskave, bi samo z nakupi izdelkov v akciji lahko prihranili okoli 110 evrov na mesec, kar je več kot 1.300 evrov na leto.

Še dodatno lahko do dobrih kupčij pridemo z različnimi kuponi. Krovne popuste, ki prinašajo znižanje na celoten nakup, ponujajo skoraj vsi večji trgovci z izjemo diskontnih. Imamo joker popuste, kupone presenečenja, 10-odstotne torkove, petkove, vikend popuste, popuste za upokojence, 20-odstotne popuste z zbiranjem točk zvestobe ... »Najbolj sem pozorna na 'krovne' popuste. Največ akcij izkoristim v Sparu. Če bi imela čas, bi verjetno izkoristila tudi kakšen popust v Mercatorju in Tušu, a se navadno odločim za trgovca, ki mi je najblžji,« pojasnjuje lovka na popuste in naša sogovornica Maja, ki se ne želi izpostavljati.

Včasih so imeli trgovci 10-odstotni popust na celoten nakup enkrat, dvakrat na teden, zdaj v povprečju enkrat na mesec, večkrat so ga navadno deležni le upokojenci. Če recimo kupujemo hrano enkrat na teden, 10-odstotni po-

pust na celoten nakup pa izkoristimo enkrat na mesec, to čez palec spet pomeni okoli 10 evrov prihranka na mesec in občutno več kot stotaka na leto. Še več prihranka bi lahko dosegli, če bi izkoriščali upokojenske popuste. To bi lahko storili tako, da preprosto prosite recimo upokojenega starša, naj nakup opravi namesto vas. Izvedeli smo tudi, da si kartico zvestobe od upokojencev nekateri tudi kar izposodijo. To so ugotovili tudi trgovci, ki so menda zdaj postrili nadzor nad uveljavljanjem upokojenskih popustov.

In še nekaj. »Kupujmo raje manj pogosto in takrat bolj premišljeno. Če bi nakup opravili samo enkrat na teden, bi tedensko prihranili najmanj 15 evrov, torej približno 60 evrov na mesec ali 720 evrov na leto,« dodaja osebna finančna svetovalka Ana Vezovišek.

Nakupovanje izdelkov v akcijah, izkoriščanje tedenskih popustov in manj pogosti nakupi lahko torej povprečni družini prinesejo dобра dva tisočaka letnega prihranka. To pa so lahko tudi že lepe počitnice.

### **Uspešnica na trgu: popusti na izbrani izdelek**

Toda to še ni vse. Lovka na popuste Maja izkoristi tudi kupone za popust na poljubni izdelek. Te kupone dobiva prek e-pošte, najde jih na letakih ali pa jih izreže z naslovnic časopisov. Včasih so jih ponujali nekajkrat na mesec, zdaj pa skorajda vsak teden. Mercator ponuja 20-odsotnega, Spar in Tuš 25-odsotnega. V času pisanja članka so jih ponujali hkrati vsi trije trgovci. A pri tem je treba biti pozoren. Recimo pri Mercatorju lahko unovčiš največ tri kupone pri enem nakupu oziroma računu, zato na blagajnah ljudje s kupom kuponov svoj nakup razbijajo na več računov. Pri Sparu in Tušu je mogoče unovčiti le en kupon na kartico zvestobe. Tudi če kupona nimate, vprašajte prodajalko, velikokrat vam ga kar podarijo, zlasti v manjših lokalnih trgovinah. Takšne kupone ponujajo tudi trgovci s kozmetiko, pohištvo, tehniko ... Posebno pozorni pa morate biti, če takšen kupon ne velja na že znižane izdelke, navadno se namreč popusti ne seštevajo. Kako pa jih pametno uporabit? »Ko kupujem izdelek s kuponom za 25-odsotni popust, sem pozorna na to, da izdelek že tako in tako ni v akciji oziroma nima več kot 25-odsotnega popusta. Primer: meso v akciji je večkrat znižano za 35 ali 40 odstotkov, zato ga ne kupim s kuponom za 25-odsotni popust, ker se to ne splača. Kupon recimo raje porabim za karton mleka ali piva ali drug dražji izdelek, ki navadno nima

tega, kako uspešen sem v službi. Če sem uspešen, mi je vseeno in bom kupil tisto, kar želim. Je pa res, da ne smeš lačen v trgovino. Takrat kupiš vse, kar je dobro videti. Pri nakupu tehnike ne gledam toliko na ceno kot na garancijo. Izberem izdelek z najdaljšo garancijo. To je pomemben dejavnik, tako kot pravijo Angleži - nisem tako bogat, da bi kupoval dvakrat. Letaki trgovcev me ne zanimajo, zanimajo pa mojega oceta – ta se takoj zažene. V trgovino hodim po potrebi. Ne vem, koliko na mesec porabim za hrano, niti približno. Če si pri hrani ne bom privoščil, potem nima smisla, da živim.«



**Aleksandra Manevski**

Irena Herak

**Božislava Heber**

**Božislava Heber, upokojenka, Ljubljana:** »Kupujem v Hoferju, ker se mi zdi, da imajo najbolj pošteno razmerje med ceno in kakovostjo. Cene v drugih trgovinah se mi zdijo za enake ali podobne izdelke višje. Nisem tipičen kupec. Če kaj potrebujem, preverim tudi cene pri različnih trgovcih. Listanje reklam, ki jih dobiva z možem v poštni nabiralnik, je za nju zabava. Mož ne hodi v trgovine, a letake neskončno rad pregleduje. Vedno nakupujem s seznamom, da me ne zapelje v kakšen nepotreben nakup. Za hrano z možem porabiva največ 200 evrov na mesec.«

**Aleksandra Manevski, štiričlanska družina, Logatec:** »Kupujem izdelke v akciji, vendar nisem pravi lovec na popuste, ampak lovec na čas. Če potrebujem izdelek in vidim, da je v akciji, ga bom kupila, načrtno pa izdelkov v akciji ne kupujem. Nimam časa za to. Če že prelistam reklame, hitro pozabim, kaj in kje je bilo ceneje. Ne vem, koliko zapravim na mesec za hrano, mogoče več kot 200 evrov. Ne spremljam stroškov, mogoče jih kdaj bom.«

**Veronika Kolar, tričlanska mlada družina, Kamnik:** »Kupujem to, kar potrebujem, ne glede na akcije. Kupujem v Sparu in Hoferju. V Hofer grem zelo rada, ker je preprost. Vse dobiš, od poceni do finih zadev, tudi eko, bio, postrežba na blagajni je nestresna, hitra. V Sparu kupim tisto, česar v Hoferju ne dobim. Ne vem, koliko zapravimo za hrano, mislim pa, da

**Če bi družina nakupopravila samo enkrat na teden, bi prihranila najmanj 15 evrov na teden, kar je približno 60 evrov na mesec ali 720 evrov na leto, ocenjuje Ana Vezovišek.**



Irena Herak



Veronika Kolar

okoli 500 evrov. Tehniko kupujemo po spletu. Ravno opremljamo kuhinjo in pred nakupom nisem videla niti enega aparata. Po spletu sem si pogledala, kaj bi rada imela, pregledala cene, potem sem trgovcem poslala nekaj e-sporočil s povpraševanjem. Z vsemi se je dalo precej dobro pogajati za ceno. Privarčevala sem približno tisočaka za cel komplet. Pri hrani gre za manjše vrednosti, zato niti nikoli nisem delala izračunov prihrankov. Moj oče je bolj pozoren na ponudbo trgovcev, še zlasti za tehniko.«



Andreja in Tomaž Debevc

**Andreja (trgovka) in Tomaž Debevc, petčlanska družina, Lavrica:** »Občasno kupujem izdelke v akciji, kupujem pa tisto, kar potrebujemo. Nakupovalnega seznama nimam, zato se občasno zgodi, da v voziček pada tudi kaj, česar ne potrebujemo. Prinas je zelo težko oceniti, koliko zapravimo za hrano, vem, da veliko, saj smo štirje, včasih nas je bilo pet, pa še športniki smo. Prej smo zapravili več kot 600, zdaj pa kakšnih 500. Pod 500 evrov je težko priti pri takšni družini, otroci so stari 17, 19 in 21 let, samo prejšnji teden sem porabila 150 evrov za hrano. Največkrat grem v Mercator, zadnje čase tudi v Eurospin. V Mercator hodim, ker imam kartico pika, ki omogoča odlog plačila. Tako si olajšamo 'obrate', da lahko preživimo mesec. Včasih sem precej spremljala cene, zdaj se mi ne ljubi več. Pred časom smo kupovali pomivalni stroj. Z možem sva bila v treh trgovinah, za ceno se nisva pogajala, sva se pa o teh prej pozanimala. Razlike med trgovci za enak stroj so bile od 30 do 50 evrov.«

**Lin More, 28-letnik, Ljubljana:** »Akcije in popusti me ne ganejo. To je sprevržena igra, s katero trgovci dobijo več informacij o tebi kot porabniku. Redko ku-

velikih popustov ali pa jih sploh nima, kot viski, bolj butični izdelki, na primer veganski čokolada, kvinoja ...« pojasnjuje Maja.

Žal pa se tovrstnih ugodnosti številni kupci sploh ne zavedajo oziroma se jim zdi škod časa, ki bi ga porabili, da bi jih izkoristili. Mayskdo bi osupnil, če bi vodil svoj mesečni proračun z izdatki in videl, koliko denarja dejansko zapravi za hrano in kako mu iz rok polzijo evri. »Hrana je ena glavnih kategorij družinskega proračuna, za katero še vedno večinoma porabimo preveč,« opozarja Vezoviškova. Evri nam polzijo iz rok, ker ne vodimo proračuna in ne vemo, koliko si sploh lahko privoščimo. Poleg tega uporabljamo bančne kartice, te pa omogočajo nakupe, ki si jih ne moremo privoščiti, ali pa si za nakupe ne vzamemo dovolj časa in se nanje ne pripravimo. Najprej moramo pogledati, kaj sploh potrebujemo, našteta. »Brez nakupovalnega seznama ne gre, takoj zapraviš več,« se strinja tudi upokojenec Srečko Kovič.

Ko se pripravljate na nakup, si lahko pri primerjavi cen med živilskimi trgovci pomagate s spletno stranjo najcena.si. A pri tem pozor: opazili smo, da so redne cene številnih izdelkov, ki sodijo v osnovno potrošniško košarico (ta obsega 800 izdelkov), pri različnih ponudnikih izenačene ali pa se razlikujejo za nekaj centov. Trgovci tudi sami priznavajo, da dnevno spremljajo cene tekmecev in jih tudi prilagajajo. Razlike med trgovci pa potem nastanejo, ko tem izdelkom znižajo cene.

### Pri šestih izdelkih 340 evrov plusa

Večina si več časa kot za prihranke pri hrani vzame za lovjenje prihrankov pri nakupih dražjih, večjih izdelkov (tehnika, elektronika, pohištvo). »Višja je cena izdelka, več časa za raziskavo si vzamem in večji je prihranek,« zase pravi Ana Vezovišek. Pred časom je kupila otroški sedež in prihranila 40 evrov. »Najprej sem raziskala, kateri otroški sedež je najbolj varen, nato na spletu poiskala najugodnejšega ponudnika in kupila sedež po najnižji ceni, celo z dostavo na dom,« je zadovoljna.

Cene enakih izdelkov med različnimi ponudniki lahko primerjamo prek portala ceneje.si. Tudi mi smo izbrali šest izdelkov in primerjali cene pri različnih ponudnikih (glej tabelo na strani 18). Prihranki pri teh konkretnih izdelkih so od 50 do 340 evrov. Razlika v ceni med najdražjim in najcenejšim ponudnikom Boschevega pralnega stroja je 79 evrov, pri televiziji philips 3D LED TV 130 evrov, pri Michelinovi letni pnevmatiki

pa skoraj 22 evrov, kar pomeni, da bi pri nakupu štirih lahko prihranili 88 evrov. Največja opažena razlika v ceni, kar 336 evrov, je pri Samsungovem mobilnem telefonu galaxy S5. »Nimamo objavljenih akcij in popustov, temveč samo realne cene izdelkov, ki nam jih posredujejo trgovci,« pojasnjujejo na ceneje.si.

»Še bolje je, če se popusti seštevajo, vendar tu moraš kar dobro vedeti, kaj se sešteje in kaj ne,« opozarja Maja. Dodajmo primer. Nekateri gredo na razprodaje, tik preden se te končajo, ker so takrat izdelki, ki niso bili prodani, še dodatno znižani. In vedno se najde kakšen dober kos. Recimo, redna cena puloverja je 100 evrov, na razprodaji je prvič znižan za 50 odstotkov, ob koncu razprodaje pa še drugič za dodatnih 20. Takšni popusti se največkrat ne seštevajo, ampak se drugi popust obračuna na prvega. Pulover po vseh znižanjih stane 40 evrov, in ne 30 evrov, kot bi, če bi popust seštel.

Lovci na ugodne cene tudi povedo, da so lahko cene izdelkov v tujini precej nižje kot doma. Recimo sogovornica Ana, ki zelo rada kupuje prek tujih spletnih strani, veliko pa tudi potuje, je kupila Adidasove hlače v ZDA za tri dolarje, pri nas pa so se prodajale za 75 evrov. Bralka Diana nam je poslala etiketo plašča, ki ga je

## Zakaj Dianin plašč v Sloveniji stane 349 evrov, v Nemčiji pa 79,9 evra?

Aleš Lisac, trženjski strokovnjak: »Diskriminacija kupcev je običajna zadeva. Že v Jugoslaviji so imeli vojaki in ženske cenejše vstopnice za nogometne tekme. Recimo cene avtomobilov so bile od nekdaj različne od države do države. Malo zaradi zakonodaje, malo zaradi politike prodajalcev. Prodajalci postavljamo cene tako, da čim več zaslužimo. Če obstajajo kupci, ki plačajo več, zakaj jim potem ne bi več zaračunali? Paziti moramo samo, da obstaja razlog, ki ga strankam lahko nekako pojasnimo. Razlog je lahko

karkoli, recimo druga lokacija. Če se prav spomnim, lahko pijem enako kavo na Petrolovih črpalkah po različnih cenah.«

Article. JACKET

L180197

Quality: V96 Colour: 09  
D/NL B/F/P E VIRUS GB  
38 40 42 44 12  
D 79,95 €

Bralka Diana nam je poslala etiketo plašča, ki je imela na sprednji strani navedeno prodajno ceno v Sloveniji, na hrbtni strani pa cene, po katerih se prodaja v drugih državah.

**Lin More**



Irena Herak

pujem izdelke v akciji, morda, če gre za 50-odstotni popust za kakšno večjo stvar, kupone za popust na en izdelek porabim recimo za viski, konopljine proteine. Na mesec porabim med 100 in 150 evri za hrano. Tehnike, pohištva ne kupujem, ker še nimam svojega gospodinjstva. Sem zelo proti potrošništvu. To, kar imam v vozičku, je za dobrodeleno akcijo, ki jo pripravljamo v Tovarni Rog. Kupovati moramo v trgovinah, saj naše zadruge še niso operativne.«

**O popustih imajo vsi neko mnenje, a obenem vsi »padajo« nanje, je prepričan Aleš Lisac.**

**Mija Česen, zaposlena, Ljubljana:** »Seveda sem pozorna na akcije. Če izdelek potrebujes, ga boš kupil, če zraven dobiš še kakšen popust, toliko bolje. Mož pregleduje letake, medtem ko piše kavo, jaz pa kakor kdaj. Kupujem v Sparu, Mercatorju, Eurospinu, ker tam lahko plačujem s karanto (kartica z odloženim plačilom, op. a.), mož pa kupuje v Hoferju, Lidlu. Zapravimo ogromno, in ko poslušam druge, se sprašujem, ali stradajo. Za hrano nameńimo med 650 in 700 evri. Smo tričlanska družina, v ta strošek so všetki tudi stroški občasnih kosi, ko pridejo otroci na obisk s svojimi družinami. Tudi ko gre za nakup recimo sesalnika, smo pozorni na ceno. A to so stvari, ki jih kupiš in potem imaš za nekaj let. Za tehniko navadno poskrbi mož. Z nakupi izdelkov v akciji bi lahko prihranila, če ne bi bila tako radodarna. Občasno kupim kaj za tiste, ki si ne morejo privoščiti, in jim to podarim. Bo pa treba zmanjšati porabo, saj se bom čez nekaj let upokojila.«

**Mija Česen**



Irena Herak

## Veliki brat – trgovci vas gleda

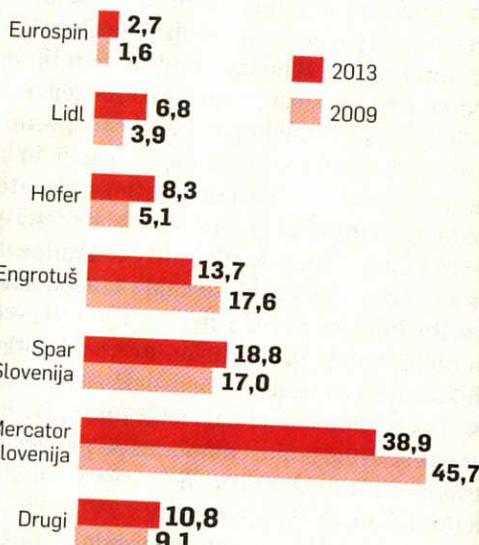
Če nimate trgovinske kartice zvestobe, boste težko izkoristili vse popuste in akcije trgovcev. Koliko jih imate v denarnici? Pet, deset? In kaj trgovci vedo o vas? Pred časom je v tujini odmevala zgodba o tem, da je ameriški veletrgovec Target za nosečnost najstnike vedel prej kot njeni starši, in sicer z analizo preteklih nakupov prek njihove kartice, ki jo je uporabljala tudi hčerka. Oče je na nosečnost posumil, ko je začel prejemati ponudbo izdelkov, povezanih z nosečnostjo. Tudi naši trgovci spremljajo naše nakupe. Sicer pravijo, da ne gledajo posameznikov, ampak skupine podobnih kupcev. To ugotavljajo na podlagi nakupov, kaj kupujemo, kako pogosto ... Takšnim skupinam potem pošljejo ponudbo, ki je za kupca primera (tailor-made). So trgovci nekakšen veliki brat? »Ne. V trgovinah ni vse tako moderno in sofisticirano, kot bi lahko bilo, in še kar nekaj dela je pred njimi, preden bodo znali pametno uporabljati podatke o strankah. Se bo pa to kmalu začelo dogajati,« opaža in napoveduje trženjski strokovnjak Aleš Lisac. »Imamo ogromno podatkov, iz teh potem poskušati izluščiti bistvo, in tisti, ki to zna in zna ugotovitve tudi uporabiti za nadaljnje akcije, je zmagovalec. A tega ne zna vsak,« komentira direktor Spara Igor Mervič. Če vas vseeno zanima, kaj trgovci vedo o vas, jim lahko pošljete zahtevek, ki ga najdete na <https://www.ip-rs.si/obrazci/varstvo-osebnih-podatkov/>.

kupila na razprodaji. Redna cena plašča je bila 349 evrov, na razprodaji je bil znižan za 50 odstotkov, na 175 evrov. »To se mi je zdela kar dobra kupčija, vse dokler nisem na hrbtni strani etikete videla cene tega plašča v drugih državah – Nemčija 79,95 evra, Avstrija in Nizozemska 89,9 evra, Velika Britanija 89 evrov ....« se jezi. »Diskriminacija kupcev je običajna zadeva. Že v Jugoslaviji so imeli vojaki in ženske cenejše vstopnice za nogometne tekme. Recimo cene avtomobilov so bile od nekdaj različne od države do države. Malo zaradi zakonodaje, malo zaradi politike prodajalcev. Prodajalci postavljamo cene tako, da čim več zaslužimo. Če ostajajo

**Trgovci najprej cene izdelka zvišajo, potem pa dajo nanj popust, opozarja sogovornica Ksenija.**

## KATERI TRGOVEC PRIDOBIVA IN KATERI IZGUBLJA TRŽNI DELEŽ?

Tržni delež v odstotkih



Viri: finance.si/minibon, GVIN, lastni izračun: op.: čisti prihodki prodaje v primerjavi s panogo

kupci, ki plačajo več, zakaj jim potem ne bi več zaračunal? Paziti moramo samo, da obstaja razlog, ki ga strankam nekako lahko pojasnimo. Razlog je lahko karkoli, recimo druga lokacija,« komentira etiketo Aleš Lisac, trženjski strokovnjak.

Nižje cene pa v teh časih lahko kupec doseže tudi sam. S pogajanjem! Anketiranka Veronika Kolar, ki je opremljala kuhinjo, si je s poganjji znižala ceno aparata za tisoč evrov. Omenimo primer še ene sogovornice. »Kupovala sem pralni stroj. Na spletu sem našla najcenejšega ponudnika, a sem stroj želeta prej videti, zato sem šla do najbližjega trgovca. Prodajalec si

## Ocena: slabo tretjino izdatkov privarčujemo, če kupujemo izdelke v akciji

Coca-cola (1l)



Nescafe gold (200 g)



Špageti barilla št. 5 (500 g)



Toaletni papir paloma



Kruh mlinotes



Redna cena (v EUR)

1,18

Cena s popustom (v EUR)

0,99

Akcija

-16%

Razlika (v EUR)

0,19

9,45

5,59

-40%

3,86

0,91

0,72

-20%

0,19

2,75

1,99

-27%

0,76

2,49

2,24

-10%

0,25

Op.: cene smo prepisali z letaka enega od trgovcev konec marca

je vzel čas in mi pojasnil vse podrobnosti. Ko sem se mu zahvalila, me je vprašal, zakaj ga ne bom kupila. Odvrnila sem, da ga bom, a ne pri njih, ampak prek spletka za 50 evrov nižjo ceno. Prodajalec je po pogovoru s šefom ponudil isto ceno, kot je bila pri spletnem ponudniku, zato sem stroj kupila v tej trgovini.«

### Nevarnosti popustov, akcij ...

Toda ves ta lov za popusti, akcijami in ugodnostmi ima tudi svojo slabo stran. »Večji je popust, bolj se nam zdi, da je kupčija dobra. Zato smo nekaj pripravljeni kupiti že samo zato, ker je cena tako nora nizka, čeprav izdelka ne potrebujemo,« opaža osebna finančna svetovalka Tina Puncer. »Popusti so izgovor, da si kupimo nekaj, kar si želimo, in da polnimo stanovanja s kipi nepotrebnih stvari. Če smo realni, potem vemo, da večine stvari, ki jih kupujemo, ne potrebujemo nujno, popusti pa nam samo pomagajo pri upravičevanju naših nakupih odločitev. S popusti nič ne prihranimo. Največkrat privarčujemo, če ne kupimo,« opozarja Aleš Lissac. Omeni pa, da obstajajo popusti, pri katerih gre res za varčevanje: »Slovenci lahko kupimo električno energijo ceneje, a se jih je za zamjenavo distributerja odločila samo okoli tretjina.« »Nobena akcija ni nateg, če gledaš nanjo z glavo. Težava je, če kupiš, česar ne potrebuješ. Kupovanje za zalogo sicer ni težava, dokler gre za kratkotrajno zalogo, recimo pralnega praska, težava bi bila, če bi kupili pet kilogramov banan, ki imajo rok trajanja nekaj dni,« dodaja Maja. Vse te akcije so za nekatere tudi preveč zapletene. »Najrazličnejše akcije me velikokrat spravljajo ob živce, ker so preveč zapletene, da bi jih v sekundi dojela, recimo je ceneje, ampak gre denar na kartico ali pa so kakšni

### Mercatorju se splača garantirati cene

»Garantiramo enako ali najnižjo redno ceno na trgu za 800 izdelkov priznanih blagovnih znamk in svežega programa glede na najugodnejšega tekmeца med trgovskimi družbami Spar, Tuš, Hofer in Lidl. Če najdete izdelek po nižji redni ceni, vam razliko povrnemo,« pravijo v Mercatorju. »Obljuba garantirano najniže redne cene je za kupca izredno zanimiva, saj mu prihrani čas in trud, da bi izdelke znanih blagovnih znamk, ki jih rad kupuje, cenovno preverjal pri več trgovcih,« pojasnjujejo. Seveda ne moremo spregledati tudi opozorila - gre zgorj za redne cene, torej ne upoštevajo morebitnih popustov, ki jih ponujajo drugi trgovci. Poleg tega garantirane cene veljajo na določen dan, in ker se cenam prilagajajo tudi drugi trgovci, je lahko garantirano najnižja redna cena v času vašega nakupa in objave v letaku nižja kot pri drugih, lahko pa tudi višja. Popis rednih cen izdelkov opravijo namreč najmanj enkrat na mesec oziroma po potrebi pogosteje. V letu dni je bilo prodanih več kot 100 milijonov izdelkov z garantirano najnižjimi cenami. Skupna bruto prodajna vrednost izdelkov, vključenih v ta projekt, je približno 15 odstotkov celotne prodaje živilskih prodajal na drobno, pravijo. Koliko pa so vrnili denarja, ko garantirano najnižja cena ni bila najnižja? »Do zdaj smo razliko v ceni vrnili dvema kupcema, zneska pa lahko merimo v centih,« pravijo v Mercatorju. Verjetno pa se tudi ljudje ne hodijo »kregat« za cente. Opazili smo tudi, da se podobnih akcij zdaj lotevajo tudi drugi trgovci.

### V tednu dni smo v nabiralnik dobili 35 trgovskih letakov z ugodnostmi, popusti, nromi cenami

...

drugi pogoji; zbiraš pike ali zneske, potem pa moraš zapraviti določeno vsoto, da enkrat dobiš neki minimalni popust; ali pa je izdelek cenejši, a le če kupiš še druge izdelke ali če ga kupiš do določenega dneva ... Skratka, prava zmeda. Vsak trgovec ima neka svoja pravila, in teh je preveč, zato se tudi sama ujamem na kakšno njihovo finto,« opisuje mlada mamica Tina Špelko, sicer tudi lektorica, zato je precej pozorna na vsako besedo, ki jo zapišejo trgovci.

Sogovornica Ksenija, ki je sicer zaposlena v trženju, se sprašuje še nekaj: kaj se dogaja s kakovostjo v ozadju vseh teh norih popustov.

Alpsko mleko (1 l)	Paradižnikova omaka (Barilla, 400 g)	Piščančja bedra (1 kg, postrežno)	Gel za prhanje (nivea, 250 ml)	Bombonjera rocher (ferrero, 200 g)	<b>Skupaj</b>
1,05	1,98	4,85	1,93	5,08	<b>31,67</b>
0,92	1,57	2,52	1,49	3,83	<b>21,86</b>
<b>-12%</b>	<b>-20%</b>	<b>-48%</b>	<b>-22%</b>	<b>-24%</b>	<b>-31%</b>
<b>0,13</b>	<b>0,41</b>	<b>2,33</b>	<b>0,44</b>	<b>1,25</b>	<b>9,81</b>



»Nobena skrivnost ni, da je tisto, kar se prodaja s 70-odstotnim popustom, ali slabše kakovosti ali je količina manjša ali še kaj drugega. Zakaj bi mi nekdo nekaj dal skoraj zastonj, in to vsak dan? Opazila sem že, da trgovci cene najprej zvišajo, potem pa dajo za ta izdelek popust, češ kdo se bo pa spomnil cene izpred tedna ali dveh. Imam kavbojke, ki so stare več kot 15 let in so še vedno super. Medtem ko tiste, ki sem jih kupila pred dvema letoma, razpadajo, se trgajo, so raztegnjene. Ja, bile so pa poceni, kupljene s popustom. Raje imam troje kakovostnih kavbojk kot pa 10 slabih. Tudi pralni stoj je potreboval servis po dveh letih. Bil je kupljen s popustom, a kaj, ko bom verjetno čez nekaj let potrebovala novega,« se jezi Ksenija.

Ob tem dodajmo še en primer: pred kratkim so mariborski policisti preiskovali neko spletno trgovino, ki je ponujala »originalna« sončna očala znamke Ray-Ban po 70 odstotkov znižani ceni, a se je na koncu izkazalo, da gre za ponarejena in zdravju škodljiva sončna očala. Prodali so jih kar 1.800 kupcem in s tem zaslužili 78 tisoč evrov. Cena ni najpomembnejša, opozarja tudi prvi mož Spara Igor Mervič. To potrjuje raziskava Nakupovalnega monitorja GFK - anketiranci so kakovost postavili na prvo mesto, akcije, popuste, znižanja pa šele na 15. mesto.

### Sto letakov na mesec

»O popustih imajo vsi neko mnenje, a obenem vsi 'padajo' nanje,« komentira Aleš Lisac. Prepričan je, da popusti še vedno delujejo na kupce. »Gre za uporabo psihološkega sprožilca, ki sliši na ime pohlep. Ljudje imamo radi nekaj zastonj ali zelo ugodno,« pravi Lisac. »Po anali-

**Slovenci smo trgovcem »nezvesti«, saj smo v povprečju obiskali 4,7 različnega trgovca na mesec, kar nas uvršča v sam evropski vrh.**

zah, ki smo jih opravili, kupci veliko gledajo a cije,« potrdi tudi Mervič. Nekateri ljudje po nakaj ur na teden študirajo, si naredijo seznam i potem letajo od trgovca do trgovca, k vsakem gredu na prvi dan akcije, da ne zmanjka. Seveda ne upoštevajo ne časa ne bencina, so pa prsrečni, ko pri nakupu prihranijo nekaj centov smo slišali od nekaj sogovornikov. »Za večj količine se splača preštudirati cene, za manjše pa zagotovo ne, ker porabimo več bencina i časa,« dodaja Tina Puncer.

Seveda pa jih k študiju popustov silijo kar trgovci sami. Koliko reklamnih letakov ste dobili ta teden v poštni nabiralnik? Mi smo jih zbirali teden dni, dobili smo jih 35, to pomeni 140 letakov na mesec, največ jih pride v petek in pred prazniki. Ljudje jih očitno tudi radi pogledajo, vsaj tako pravijo naši anketiranci, in to ne le zaradi popustov in akcij, nekateri tudi za zabavo. Je pa tudi res, da v poplavi popustov akcije danes delujejo slabše, kot so še pred nekaj leti. »Ljudje se na vse navadimo in potem ni več tako zanimivo. Recimo pri prvem zbiranju nalepk na Petrolu jim je zmanjkal vseh daril, tako uspešna je bila akcija. Peta ponovitev iste akcije bo manj uspešna. Podobno je recimo z Opolovo 24-urno razprodajo, ki jo naredijo enkrat na leto. Prva je bila po številu prodanih avtomobilov najbolj uspešna. To akcijo so izvedli tudi letos, vendar sem prepričan, da niso prodali 600 avtomobilov, kolikor so jih pri prvi izvedbi,« razmišlja Aleš Lisac.

Akcijске cene torej niso več dovolj, kupci hočejo več. Zato čedalje več trgovcev ponuja doživljajsko nakupovanje, kot so vesele urice, nočno nakupovanje, zabave, modne revije v šoping centrih, igralni kotički za najmlajše, modne

### Kakšen je vaš odnos do popustov in akcij?



**Daniela Bervar Kotolenko, solastnica portala 1nadan:** »Kot vsak izmed nas tudi sama rada privarčujem. Menim, da je treba z denarjem ravnavi gospodarno in preudarno. Še zlasti v današnjih časih. Prek portala 1nadan, kjer prihranim najmanj 50 odstotkov, kupujem predvsem turistične pakete in zanimive gostinske ponudbe, saj tako odkrivam nove lokacije, na katere se nato rada vračam. Tudi v trgovini sem pozorna na akcije, s katerimi v povpreč-

ju prihranim od 10 do 25 odstotkov redne cene.«



**Matej Lahovnik, ekonomist in namestnik predsednika nadzornega sveta Meratorja:** »Seveda tudi sam izkoriscam številne popuste in akcije, ki jih ponuja največji trgovec, predvsem pa kartico lojalnosti pika. Nimam narejenega konkretnega izračuna, koliko prihranim, saj je to zelo relativno, ker poleg izdelkov v akciji nabavim tudi vrsto drugih stvari.

Tako je na koncu moja košarica izdelkov precej drugačna od tiste akcijske. Z drugimi besedami - tudi sam se hitro in praviloma vedno ujamem v past, ko grem v trgovino po eno stvar, vrнем se pa z marsičim drugim. Toda navsezadnje je to tudi bistvo vseake dobre trženjske strategije trgovca.«



**Tina Puncer, osebna finančna svetovalka:** »Če so popusti časovno omejeni na kratko obdobje (vesele urice, nočno nakupovanje), se raje izognem gneči,

**S primerjavo cen enakih izdelkov med različnimi ponudniki od 8 do 46 odstotkov prihranka**

Vrsta	Izdelek	Najnižja cena (v EUR)	Najvišja cena (v EUR)	Razlika med najdražjim in najcenejšim (v EUR)	Prihranek, če kupimo najcenejše (v %)	
<b>Hladilnik</b>		GORENJE hladilnik R6151BX	<b>366,00</b>	<b>429,90</b>	<b>63,90</b>	<b>-15</b>
<b>4K TV</b>		PHILIPS 3D LED TV 58PUS6809	<b>869,99</b>	<b>999,99</b>	<b>130,00</b>	<b>-13</b>
<b>Pralni stroj</b>		BOSCH pralni stroj WAB 24262 BY	<b>329,90</b>	<b>409,00</b>	<b>79,10</b>	<b>-19</b>
<b>Prenosnik</b>		ASUS prenosnik K555LN-XX153D	<b>613,90</b>	<b>664,22</b>	<b>50,32</b>	<b>-8</b>
<b>Telefon</b>		SAMSUNG GSM telefon Galaxy S5 (črn)	<b>399,00</b>	<b>735,00</b>	<b>336,00</b>	<b>-46</b>
<b>Letna pnevmatika</b>		MICHELIN letna pnevmatika 205/55 R16 91V PRIMACY 3 GRNX	<b>70,00</b>	<b>91,70</b>	<b>21,70</b>	<b>-24</b>

Vir: ceneje.si; op.: \* - pri trgovini Electronic4you.si gre za avstrijsko trgovino, ki prodaja svoje izdelke tudi v Sloveniji; cene v tabeli na dan 9. aprila 2015.

preobrazbe ... Vse s ciljem povečati prodajo. »Te zamisli so prišle iz tujine, prvi so bili seveda Američani. V resnici trgovci dajo recimo prijateljicama dober dodaten razlog, da se srečata in gresta na večerni črek. Ker pa se že sprehabljata po trgovinah, še kaj kupita,« komentira Lisac. Doživljajsko se prodajajo recimo tudi sta-

novanja, hiše, zlasti tiste malce višjega razreda. Za kupce organizirajo nekakšen žur oziroma odpreno hišo (»open house«) ali pa z najetimi igralci simulirajo življenje v hiši.

#### Kaj me briga zvestoba!

Danes je težko biti zvest enemu trgovcu, saj nas



ker me ta odbija. V trgovino grem, ko kaj res potrebujem, in če je ravno to v akciji, še toliko bolje zame. Cene imam kar dobro naštudirane, tako da lahko v glavi hitro naredim primerjavo, ali se mi nekaj splača ali ne. Kupone izkoristim samo za večje nakupe oziroma če je trgovina res čez cesto, ker ne želim, da mi gre na račun kupona preveč časa in živcev - potem ni vredno.«



**Aleš Lisac, trženjski strokovnjak:** »Seveda tudi sam rad kupim cene. Kdo pa ne? Nisem pa eden tistih, ki aktivno spremljajo popuste in

izrezujejo kupone. Navadno opazim popuste v trgovinah s športno opremo. Tako in tako točno vem, katere športne copate si želim, in največkrat jih kupim, ko so na razprodaji.«



**Igor Mervič, generalni direktor Spara Slovenija:** »Kupujem tudi izdelke v akciji, a ne me spraševati o tem, saj nisem tipičen kupec. Nisem delal izračunov, koliko prihranim z nakupi v akciji. Približno vem, koliko zapravim za hrano, a tega vam ne bi povedal.«



#### Ana Vezovišek, osebna finančna svetovalka:

»Nisem ravno lovec na popuste. Res je, da zelo redno spremjam akcije trgovcev in prav uživam v pregledovanju letakov in primerjavi cen, saj mi je zanimivo spremljati tekmo trgovcev in gledati, kako uporabljajo različne zvijače, s katerimi je res že prav težko izračunati dejanski popust. Nakupov se vedno lotim načrtno, zato spremjam akcije. Ko je resnično prava akcija, sledi reakcija.«

## Različne cene na polici in pri blagajni

»Vsakič, ko sem bila malo bolj pozorna na cene izdelkov na polici, sem našla različno obračunano ceno na blagajni,« opozarja tudi Tina Puncer in pri tem navede primer: »Pri prvem trgovcu je bila cena izdelka na polici 2,25 evra, dejansko obračunana na blagajni pa 2,85 evra. Ker sem kupila dva enaka izdelka, je bilo preveč zaračunanih 1,20 evra. Podobno je bilo pri nekem drugem trgovcu. Cena izdelka na polici je bila 2,35 evra, na blagajni 2,70. To pomeni, da je šlo za 15- in 27-odstotno povišanje cene izdelka, kar je precej,« opozarja. Na blagajni le pogumno opozorite na napako. Trgovina mora zaračunati ceno, objavljeno na polici, opozarja.

zapeljujejo vsi možni trgovci na vse možne načine. Številni kupci so za večje nakupe pripravljeni obiskati tudi trgovino, ki ni v njihovi neposredni bližini, saj menijo, da s tem dodatno prihranijo, kažejo podatki Nakupovalnega monitorja GfK Slovenija. Lani so Slovenci v povprečju obiskali 4,7 različnega trgovca na mesec, kar nas uvršča v sam evropski vrh. Evropeji v povprečju obiščejo 3,4 trgovca na mesec. Povprečno število obiskanih trgovcev mesečno v Sloveniji vsako leto narašča. Leta 2006 smo v povprečju obiskali le 2,5 trgovca na mesec, v letu 2010 3,9 trgovca. Vse več Slo-

## Nove nakupovalne navade Sloven

1. Zmanjšali smo število nakupov in znižali cene nakupne košarice.
2. Kupujemo več cenovno ugodnih izdelkov.
3. Večji pomen dajemo trgovskim blagovnim znamkam.
4. Več uporabljamo popuste in kartice zvestobe.
5. Smo dobro informirani o ponudbi in cenah.
6. Nakupi so bolj načrtovani in premišljeni.
7. Kupujemo manj in pogosteje ter večkrat pri različnih ponudnikih.
8. Kupec je danes mnogo bolj iznajdljiv, bolj ozaveščen kot prej, zato od nakupljenega izdelka pričakuje kar največ.

vencev v mesecu dni obišče šest različnih trgovcev in več; lani je bilo takih že 29 odstotko kažejo raziskave tržnoraziskovalne hiše Nielsen. Takšno letanje se splača, če imamo vse tri trgovce na kupu, če ne, je treba upoštevati širok strošek goriva. Slovenski porabniki kot najbolj priljubljeno obliko promocije trgovcev sice navajajo znižanje cen (83 odstotkov), sledijo

## Ko je dražje cenejše – cena na enoto

Ko primerjamo cene, je pomembno, da smo pozorni na količine. Številni izdelki se zdaj pakirajo v večje embalaže s pripisom »economy« ali »extra«, kar lahko marsikoga zavede, češ da bi tako prihranil. Zato moramo biti predvsem pozorni na ceno na enoto. Navadno je ta zapisana na drobno v desnem spodnjem kotu etikete na polici. Anketiranci priznavajo, da ne gledajo cene na enoto, nekateri sploh niso vedeli, kaj to je. Da je to pomembno, opozarja tudi sogovornica Maja: »Absolutno gledam ceno na enoto. Ni nujno, da večja embalaža pomeni nižjo ceno na enoto. Velikokrat opazim, da je manjša embalaža cenejša recimo pri čokoladah milka, jogurtih, testeninah barilla, otroških skutah, pudingih. Opazila sem tudi, da je včasih pršut v kosih dražji kot narezan, kar je zelo nenavadno.« Poglejmo nekaj primerov. Prašek ariel v kapsulah (15 kosov), ki je v akciji po ceni 6,97 evra, na polici zraven pa je ariel v kapsulah (32 kosov) po 12,48 evra. Katerega bi vzeli? Verjetno bi se večina odločila za izdelek v akciji.

A če pogledamo ceno na enoto, ugotovimo, da je večja škatla cenovno ugodnejša (0,39 evra za kos) kot manjša, ki je v akciji (0,46 evra). Poglejmo še primer špagetov barilla št. 3. Pol kilograma jih stane 1,49 evra (2,98 evra za kilogram), kilogram pa 1,99 evra. Kilogramska škatla je po preračunu na enoto cenejša kar za en evro. Če vzamete malo nutello (15 gramov), vas bo stala 0,19 evra. Ne sliši se veliko, a če preračunate na kilogram, stane 12,66 evra, kar je kar za šest evrov več, kot če kupite 400-gramske kozarec, ki stane 2,59 evra.

## KATERA ŠKATLA ŠPAGETOV JE DRAŽJA? Leva ali desna?



evra, kar je en evro več, kot če bi kupili kilogramsko škatlo.  
**ODGOVOR:** Leva škatla je dražja, saj je za kilogram treba odseti 2,98

programi zvestobe (osem odstotkov) in promocijska pakiranja (pet odstotkov). Le 28 odstotkov porabnikov trdi, da promocije ne vplivajo na njihov izbor blagovnih znamk. Kar tretjina je takšnih, ki so zaradi promocije pripravljeni zamenjati blagovno znamko, in 13 odstotkov bi jih bilo pripravljenih zaradi promocije zamenjati trgovino, navajajo v Nielsenu.

Kar 55 odstotkov anketirancev je v lovju za popusti vsaj enkrat ali večkrat na teden, kaže raziskava GfK. »Akcije in različni popusti so glavni dejavnik pridobivanja kupcev in bodo pomemben dejavnik ohranjanja in povečevanja tržnega deleža tudi v prihodnje, saj se bo tržni boj med trgovci prej ali slej še zaostril. Strategija trajno nizkih cen je zaradi omejene kupne moči skorajda edina dolgoročno vzdržna strategija. Zmagovalci tega pa so na koncu porabniki,« komentira ekonomist Matej Lahovnik.

Zdi se, kot bi bila razprodaja vsak dan. Kupci smo se kar navadili na vsa ta znižanja. Toda pozor, vsi ti nori popusti včasih ljudem zmešajo glavo, češ moram kupiti, čeprav ne potrebujem, a bo zmanjkalo. Nič ne bo zmanjkalo, ne skrbite. Trgovci bodo ta ali podoben izdelek čez mesec ali dva znova znižali, saj jim ne preostane drugega. Boj med trgovci se bo namreč samo še zaostril. Kupec pa bo še vedno kralj.

### Ko vas »brezplačne« igrače stanejo 1.400 evrov

Trgovci ponujajo različne akcije zbiranja nalepk in po določenem številu zbranih nalepk vas čaka nagrada, ki pogosto razveseli predvsem otroke. Recimo »podarijo« plišaste igrače, Disneyjeve junake, nalepke za albulme ... »To je odlična zamisel. Deluje predvsem na starše, ki se prema- lo ukvarjajo z otroki, in na tiste, ki ne znajo reči ne. In ker so dandanes takšni starši v večini, pa tudi zato, ker otroci izvajajo pritisk drug na dru- gega, so te akcije prodajno uspešne,« komentira Aleš Lisac. Poglejmo eno zadnjih akcij – Sparovo Vithit. Za porabljenih 10 evrov je kupec dobil nalepko. Za 20 zbranih nalepk je prejel »brezplačno« plišasto igračo. Teh je bilo sedem. Da bi dobil »zastonj« vseh sedem igrač, bi morali v treh mesecih pri trgovcu zapraviti 1.400 evrov oziroma 466 evrov na mesec. Igrače je bilo mogoče tudi kupiti po 14,99 evra. In če bi vseh sedem kupili, bi zanje plačali 105 evrov. »Zakaj bi jih kupovali, če jih lahko dobimo zastonj,« smo slišali starše. V zbiranje nalepk so se aktivno vključili tudi stari starši. Neki dedek se nam je pohvalil, da je brezplačno dobil vseh sedem igrač za vsakega od štirih vnukov, torej 28 igrač. Seveda ni zapravil 5.600 evrov. »Stal sem pred blagajno in vsakega, ki ni vzel nalepke, vprašal, ali mi jo odstopi. Nekaj denarja sem tudi sam pustil v Sparu zaradi tega,« nam je pojasnil. Z akcijo so bili zadovoljni tudi v Sparu, pravi Igor Mervič: »To ni bila samo akcija za dvig proda- je, delovali smo tudi izobraževalno na zavest o zdravi prehrani na šaljiv, moderen način, veliko bolje, kot če imaš Disneyjevo figurico. Ta akcija je bila inteligentna.«

**Akcijske cene niso več dovolj, kupci hočejo več. Zato čedalje več trgovcev ponuja doživljajsko nakupovanje, kot so vesele urice, nočno nakupovanje, zabave, modne revije, stilski preobrazbe ... Vse s ciljem povečati prodajo.**

**55%** Slovencev tedensko lovi popuste, **6%** pa nikoli.

**1/2**

proračuna gre za nakup svežega mesa, rib, sadja in zelenjave.



**328**

evrov na mesec so lani povprečno porabila gospodinjstva za nakup živilskih izdelkov, izdelkov za osebno nego ter nego doma. To je 5 % nad evropskim povprečjem (312 evrov).

### Največ denarja zapravimo v trgovini

v odstotkih



**4,7**

različnih trgovcev smo lani v povprečju obiskali Slovenci na mesec, kar nas uvršča v sam evropski vrh.



**29%**

Slovencev obišče šest trgovcev in več v mesecu dni.

Vir: Sursa: GfK Nakupovalni monitor 2015, N= 811; Nielsen, raziskava Shopper trends 2014, N = 1.002