

Írta:

2013. augusztus 14. szerda, 07:19



Aki arra adja a fejét, hogy a pécsi, egyben országos, nagy áruházláncok árszínvonalát összevetni szándékozik, az szinte a lehetetlenre vállalkozik. Ugyanis annyi a változó tényező, hogy azok figyelembevételével, objektív képet nem lehet kialakítani. Ha mégis szeretnénk tudni, mi mennyibe kerül a bevásárlókocsikban (képünk illusztráció), akkor megállapíthatjuk, mágus, aki azt állítja, jól tudott járni, a boltosok „kárára”.

Árakról, hivatalosan a multik vezetőitől, belátható időn belül felvilágosítást kapni nem lehet. Ennek nyilván üzleti okai vannak, ezen felesleges vitázni. Marad az egyszerűbb megoldás, „áruhás”, mezei vevőként lejárni a városi, városszéli kereskedelmi egységeket.

Látványosan azonban ott sem illik jegyzetelni, mert azt sem veszik jó néven az üzemeltetők. Mentsvárnak tehát ott a memória, ami azért nem a legmegbízhatóbb megoldás. Ennek ellenére, bizonyos termékcsoportok kiválasztása, összevetése után leszűrhetőek bizonyos tapasztalatok.

Jelentősen árnyalja a körképet, ha hozzátesszük, bizonyos mennyiségi mutatókat nehéz párhuzamba állítani. Hiszen egy joghurt lehet 200, 250, 400, 450, de 500 milliliteres is. Erre válaszként, persze kötelezően ki kell írni a vásárlók érdekében, az 1000 ml-es árat is, amit nem mulasztanak el a cégek. Csakhogy, azok olyan apró számok, amiket nehéz látni.

Természetesen nem lehetetlen a dolog, csakhogy, ha valaki legalább tíz terméket szeretne hazavinni, akkor már összezavarodik. Ki van ez találva!

Írta:

2013. augusztus 14. szerda, 07:19

Figyelembe kell venni a mindenkori árendedményeket, az úgynevezett márkatermékeket is. Ez utóbbit úgy kell elképzelni, miszerint egy-egy gyártó saját néven, illetve az áruházlánc számára is készít hasonló tejet. Előbbi drágább, utóbbi olcsóbb, bár gyakran rosszabb minőségűként ismert. Ám a tapasztalat azt mutatja, néha bizony ugyanaz van a dobozban, pusztán diszkrét vakítás, megtévesztés zajlik. De ezt lehetetlen lenne bizonyítani. Viszont mindenki dönthet, pénztárcájának, fogyasztói szokásainak megfelelően. Elvileg lehet, ugyanazt veszi meg, eltérő összegért. Mégis, akad ebben szakmai taktika. Ha a márkatermék silányabb, akkor esetleg mégis inkább az eredetit, ismertet viszik haza. De a szegényebbek sem maradnak hoppon, hiszen jut nekik bőven mondjuk kakaó.

Nem túlzás kijelenteni, ha valaki nem célirányosan, csupán egy-két olcsó portékát szeretne megszerezni, az szinte ugyanúgy fog járni. Ennek ellenére, mindenki tudni véli, melyik helyen kedvezőbb az árszínvonal. De ehhez még hozzá lehet csapni két-négy buszjegyet, esetleg egy liter üzemanyagot, parkolási díjat, mondjuk a belvárosban. Meg az eltöltött időt. Aztán, lassan csak-csak kiegyenlítődik a méreg. Mert az kizárt, hogy a konkurens ne lessék egymás szakmai mozdulatait, a piacon

A kicsik is követik a nagyokat

Létezik Pécsen egy olyan ABC, ami legalább negyven éve működik, igaz, váltott nevekké. Annak tőszomszédságában áll egy zöldséges stand, szintén évtizednél régebben. Az ottani eladó – név nélkül – elárulta, bizony folyamatosan szemlézik a nagyobb testvér árpolitikáját. Aztán ahhoz, rugalmasan alkalmazkodnak. Számukra akkor nagy a gond, ha valamit a hozzájuk képesti óriás nagyon nagy árendeménnyel kínál. Akkor kénytelenek lépni, ám amúgy, állítólag jól megvannak egymás árnyékában. Ebből szintén kitűnhetnek bizonyos hasonlóságok.