

# Kupujte naše, ili...



Običan kupac primarno prati cijene svojih potreba. Tek što je došlo do novog naftnog skoka, naši supermarketi su gotovo sinkrono dignuli cijene većine proizvoda.



mr. sc. Eduard Osredečki

## KUPUJTE POVOLJNO I KVALITETNO?

Iako sveopća globalizacija pruža masovni protok informacija, roba i dobara, na nekim se tržištima ipak javlja zahtjev za prestiž domaćeg. Kadšto takva orijentacija ima opravdanje, osobito onda kad pojedine države stvaraju zabrane uvozu stranih roba, a istodobno dampinški podupiru svoj izvoz.

Takav **rat automobilima** dugo je vladao u SAD, pa su se od Detroita do Floride i Aljaske javljale parole *Kupujte naša vozila., NE japanskoj robi.; Njihovi radnici su zaposleni, a naši na cesti.* i sl. No, pojavom novih

oblika udruživanja kapitala (npr. Toyota-USA), te potom njemački BMW i engleski Jaguar, a zatim Nissan-Renault u EU, pojasnilo se da novac određuje gdje će tko trgovati, svidalo se to lokalnim elitistima ili ne. Pritom profitiraju i potrošači glede izbora i bolje ponude.

No, zanemarimo slučaj roba velike vrijednosti, jer običan kupac primarno prati cijene svojih potreba. Tek što je došlo do novog naftnog skoka, naši supermarketi su gotovo sinkrono dignuli cijene većine proizvoda.

## TRGOVAČKA POHLEPA?

Suvremeni kupac shvaća i bez sindikata da je više riječ o pohlepi nego o tzv. pracenju cijena naftnih derivata. Naime, ono

što se kupuje danas — jest iz jučerašnje nabave, pa iznuđeno poskupljenje nema smisla. No, čak i u uvjetima usporednog povećanja energije, moralna trgovina neće takvim udarom napasti svoje potrošače, jer i dalje može odlično poslovati s onim čime ostvaruje zaradu, a dio programa s tijesnom maržom ne ugrožava joj opstanak. Osim toga, i jedan broj dobavljača je u situaciji da se mora pokoriti diktatu supermarketu, pa tu veliki i dalje ostvaruju **superprofit**.

No, kako gramzivi anticipiraju tek najavljeni val mogućeg rasta cijena, a posluju robom plaćenom po starim povoljnim uvjetima — poskupljuju na galamu i tako skokovito povećavaju zaradu. Oni koji su planirali uobičajenu dobit, zapravo bi u krizaljcima prosječne razlike u cijeni to ostvarili i bez poskupljenja.

## GDJE KUPOVATI?

Svi veliki lanci imaju rezerve s kojima mogu ići u sniženja, a da još ostvare dobru zaradu. Upravo u toj situaciji na tržištu će ostati samo oni odvažni, koji ne podliježu pohlepi čim mediji najave neko poskupljenje. Rezultat: istraživanje GfK govori o padu kupovne moći u RH za 2 mjesta!

Bez obzira na dnevne statistike, najbolji je statističar potrošač koji posjećuje trgovinu. Prema tome, svekoliki publicitet rodoljubivih parola u kombinaciji s tv-oglasima velikih kuća neće bitno utjecati na odluku kupovanja jer će se sve više kupovati selektivno. Nagradne igre i slični poticaji sve će manje utjecati u prodaji na licu mjesta. I bez domaćeg R. Nadera, kupci se ravnaju po onoj **KUPUJ TAMO GDJE TI JE POVOLJNIJE**, tj. idi tamo gdje za svoj novac dobiješ više. I kupac ima svoja načela, a trgovina ih mora sve više respektirati. Bez obzira na **NAŠE** i **TUĐE**. ☞

**WWW.PROPISI.HR**  
INTERNET PORTAL I ČASOPIS

Zanima vas koji su propisi trenutno važeći ?

 [www.propisi.hr](http://www.propisi.hr)

Napomena: Usluga pregleda važećih propisa je besplatna

**Svekoliki publicitet rodoljubivih parola u kombinaciji s tv-oglasima velikih kuća neće bitno utjecati na odluku kupovanja jer će se sve više kupovati selektivno. Nagradne igre i slični poticaji sve će manje utjecati u prodaji na licu mjesta.**