

Češi mají slevy při nákupech jako národní sport

Barbora Buřinská

Češi se ukazují být národem slevových maniaků. Nakupují především ve slevách, a to jak v kamenných, tak i v internetových obchodech. Sleva se pro některé Čechy stala zaklínadlem. Mnozí ani příliš neřeší, co koupí, hlavně že je to ye slevě.

Na chování Čechů během slevových akcí ukázal průzkum společnosti STEM/MARK, kte-

rý v únoru zmapoval nákupní chování tisícovky zástupců české populace ve věku 18–65 let.

Rozhoduje výše

Českou populaci ani tak nezajímá, co kupuje a kde to kupuje, hlavně že je výrobek nabízen se slevou. A čím je deklarovaná sleva vyšší, tím spíše si ho koupí. Mnohdy kvůli tomu nakoupí zcela nevýhodně.

„Lidé dělají často chybu v tom,

Lidé dělají často chybu v tom, že sledují výši slevy místo konečné ceny

Michal Kozub,
Home Credit

že sledují výši slevy místo konečné ceny. Proto se radují z velké slevy. Že si ale zboží mohli ve vedlejším obchodě koupit levně-

ji i bez slevy, to už často nevidí,“ okomentoval pro Právo výsledky průzkumu analytik společnosti Home Credit Michal Kozub.

Naopak výhodné možnosti v podobě věrnostních či kreditních karet, na kterých se dají ušetřit reálně až tisíce ročně díky jasně daným slevám, třeba na každý nákup, objevují Češi jen pomalu. Věrnostní karty využívají při nákupech čtyři lidé z deseti a kreditní karty necelá čtvrtina

lidí. Existují však i nadšenci, kteří v peněžence mají desítky věrnostních kartiček od velkých řetězců, přes prodejny s oblečením až po obchody s náhradními díly na auta či kola.

V e-shopech frčí hlavně elektronika

Češi nejčastěji využívají slevy v kamenných prodejnách, takto nakupují zhruba čtyři pětiny z nich. Tři čtvrtiny lidí se sou-

středí na nákupy v internetových obchodech. V e-shopech se lidé nejraději zaměřují na elektroniku. Proti kamenným prodejnám je totiž možné ušetřit od desítek po tisíce korun u dražší elektroniky.

(Pokračování na str. 3)

Češi mají slevy při nákupech jako sport

(Pokračování ze str. 1)

Čechům pomalu, ale jistě přestávají být cizí i nákupy na slevových portálech. Podle průzkumu si zde slevové poukazy na různé služby, do restaurací či na pobytové zájezdy kupuje více než 40 procent lidí.

„Obchody jsou v zakletém kruhu slev. Kupující toho využívají a na slevy doslova čekají. Bez nich se některé zboží, a to nejen dlouhodobé spotřeby, de facto nenakupuje. Dokonce i u těch nejnutenějších, jako jsou potraviny a léky, lidé kupují to nejlevnější zboží,“ doplňuje Kozub.

Jeho slova potvrzují i aktuální statistická čísla. Celkové tržby za

potraviny za rok 2012 klesly o 2,5 procenta ve stálých cenách (tedy po očištění o inflaci).

Slevy Čechy lákají bez ohledu na to, do jaké příjmové skupiny

Obchody jsou v zakletém kruhu slev. Kupující toho využívají a na slevy doslova čekají

patří. Skoro polovina lidí s příjmem nad 25 tisíc potvrdila, že v posledních měsících nakupuje zboží na aukčních portálech. Často jim nejde jen o to, aby

ušetřili. Lidé zde často nakupují i proto, že je to baví a mají šanci zažít trochu adrenalinu při soutěžení o nejlepší cenu s ostatními přihazujícími. Nebo je motivuje touha udělat výhodný nákup jako první a předběhnout ostatní. Takové nakupování se může stát vášní, ne nepodobnou gamblerství.

Naproti tomu slevy na zboží v cizině lákají jen pětinu dotázaných. Tyto akce využívají hlavně lidé z příhraničních oblastí. Jen někteří si mohou dovolit při cestě za levnějšími nákupy urazit i několik stovek kilometrů. Aby se jim cesta opravdu vyplatila, museli by udělat větší nákup.



profimedia.cz, PRÁVO-ti