



EURÓPSKA ÚNIA
Európsky sociálny fond
Európsky fond
regionálneho rozvoja



OPERAČNÝ PROGRAM
ĽUDSKÉ ZDROJE



MINISTERSTVO
ŠKOLSTVA, VEDY,
VÝSKUMU A ŠPORTU
SLOVENSKEJ REPUBLIKY

FINANČNÁ ZODPOVEDNOSŤ SPOTREBITEĽOV

ROZHODOVANIE SPOTREBITEĽOV

Pracovný list

Prípadová štúdia

Lina a Jolita sa stretli na internete v študentskej skupine Facebook, ktorá pomáha mladým ľuďom nájsť partnerov na zdieľanie ubytovania. Študentské internáty nie sú najkrajšie alebo najtichšie miesta na bývanie a tieto dve dievčatá sa rozhodli odísť z nikdy nekončiacich internátnych večierkov a hľadať súkromnejšie miesto na život. Obe dievčatá pochádzajú z rodín strednej triedy, takže majú tesný rozpočet. Rozhodli sa prenajať si byt s jednou izbou. Po živote v internáte im to stále pripadalo ako pokojný raj s množstvom súkromného priestoru. Dievčatá neboli spočiatku priateľkami, ale po niekoľkých stretnutiach a zháňaní bytu si boli sympatické, čo bol úspech na prvý pokus. Miesto bolo okamžite k dispozícii, takže sa dievčatá rozhodli bývať už nasledujúci deň.

Prvý šok na druhý deň ráno bolo porovnanie batožiny nových spolubývajúcich. Lina si doniesla 4 veľké kufre vecí, ktoré vlastnila. Jolita si priniesla jeden kufor a batoh. Lina bola nesmierne prekvapená, že Jolita dokáže všetko, čo potrebuje, vtesnať do jedného kufru. Ale ešte prekvapivejší bol obsah Jolitinej batožiny. Všetko, čo vlastnila, bolo od nejakého drahého a prestížneho výrobcu. Jej laptop a smartfón boli najnovšími modelmi produktov „Apple“, mala 2 páry obuvi „Timberland“, dokonca jej kufor „Samsonite“ bol skoro najvyššej kvality. Lina bola trochu nepokojná, keďže musela ukázať svoje neznačkové, najlacnejšie veci pochybné kvality. Jolita bola s vybaľovaním hotová za 30 minút, kým Lina vyťahovala veci ako kúzelník z klobúka ďalšie 3 hodiny.

Vyčerpaná, zahanbená a trochu zastrašená úhľadnosťou a štýlovosťou Jolitiných vecí sa Lina rozhodla vyčistiť vzduch koláčom a kávou v ich novej kuchyni. Keď sa posadili, Lina sa nasmelo opýtala Jolity: „Myslela som si, že tvoji rodičia nie sú bohatí...“

„Nie, nie sú,“ odpovedala Jolita, „ale na všetko usilovne šetrím, len aby som dostala veci, ktoré naozaj chcem a zvyčajne vydržia veľmi dlho. Okrem notebookov a smartfónov... Tie sa menia takmer každý rok. Ale starám sa o nich s najväčšou starostlivosťou a predávam ich, keď prídu nové. Týmto spôsobom len musím zaplatiť rozdiel a nie je to tak veľa, keďže „Apple“ produkty nestrácajú svoju hodnotu tak rýchlo.“

„Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje.“

To bol začiatok ich celonočnej konverzácie. Aj keď sa dievčatá narodili v podobných sociálnoekonomických podmienkach, tradície mŕňania v ich rodinách boli úplne odlišné. Linina mama bola žena v domácnosti, takže všetko nakupovanie mala na starosti ona. Na prvý pohľad bola šetrnou nakupujúcou, avšak nikdy nepremeškala výhodnú kúpu a úspory neboli propagovanou politikou v ich dome. Rodina rada cestovala, pekne sa obliekala a dobre jedla, ale všetko sa robilo za najnižšiu možnú cenu. Jolitina rodina bola pravý opak – zriedka cestovali, ale keď to urobili, bolo to niečo na zapamätanie. V reštaurácii oslavovali len najdôležitejšie rodinné udalosti a vtedy to bol sviatok. Kúpili si oblečenie len vtedy, keď sa staré obnosilo, avšak nákup prvotriednych vecí im to umožnil robiť len zriedka.

Obe dievčatá pripustili, že ako malé dievčatá mali fantázie o protikladnom životnom štýle, keď vyrastú - Lina chcela mať luxusné veci, ale nikdy na to nemali peniaze, a naopak, Jolita vždy snívala o impulzívnom nákupe, ale vždy bola nútená plánovať svoje nákupy a výdavky. Po výmene svojich skúseností a motívov na kúpu pochopili, že ich výchova nebola jediným faktorom ovplyvňujúcim tieto rozdiely.

Úlohy:

Pozorne si prečítajte text prípadovej štúdie a odpovedzte na otázky:

1. Mohli by ste v triede povedať o šetrení a plánovaní nákupu vo vašej rodine?
2. Aké sú výhody a nevýhody oboch týchto spôsobov nakupovania?
3. Dá sa uvažovať aj o iných spôsoboch nakupovania?
4. Ktorý spôsob je „márnotratný“?
5. Čo je to spotrebiteľské správanie?
6. Čo ovplyvňuje rozhodovanie spotrebiteľov o kúpe?
7. Čo je impulzívne nakupovanie? Prečo sa to deje? Ako to zastaviť?