

# ŚWIADOMYM KONSUMENTEM NIE DA SIĘ MANIPULOWAĆ

---

**CZYM SĄ  
DOWNSIZING, SHRINKFLACJA, SKIMPFLACJA I  
PODWÓJNA JAKOŚĆ**



Dofinansowane przez  
Unię Europejską

sieć  
**splot**  
wartości

## *Słów kilka o Projekcie*

Czy te obco brzmiące słowa z okładki są czymś nowym w naszej rzeczywistości ? Otóż nie! Mocno się zdziwicie, że te nazwy czyli downsizing, shrinkflacja czy skimpflacja nie mające jeszcze odpowiednika w języku polskim, opisują zjawiska, z którymi my wszyscy jako konsumenci spotykamy się już od dawna, a wciąż wielu z nas nie ma o nich pojęcia. Z podwójnej jakości też nie wszyscy zdajemy sobie sprawę, a jest zjawiskiem bardzo powszechnym. Producenci i sprzedawcy zatrudniają specjalistów od marketingu, psychologów i innych speców, aby prześcignąć się w skutecznych działaniach w celu pozyskania jak największej liczby klientów i maksymalizacji sprzedaży. Nie byłoby w tym nic złego, bo przecież mamy wolny rynek, ale gdy klienci są poddawani manipulacji i nie do końca etycznym praktykom, mimo że prawo wprost tego nie zabrania, to trzeba reagować i nie pozwalać się wykorzystywać. I o tym jest ten Projekt dofinansowany przez Unię Europejską w ramach sieci SPLOT WARTOŚCI „Wzmacniamy Europę SPLOTowymi wartościami” pn. „Świadomym konsumentem nie da się manipulować”. W dzisiejszych czasach zalewu nie zawsze sprawdzonych informacji, już podstawy znajomości tych zagadnień, mogą nam wiele pomóc w codziennym życiu.

# SKIMPFLACJA SKIMP - SKĄPIĆ

**SKIMPFLACJE MOŻEMY  
OKREŚLIĆ:**



- mniej
- gorzej
- gorsza jakość
- gorsza obsługa
- dłuższe kolejki

**GDZIE SPOTKAMY  
SKIMPFLACJE**



- hotele
- gastronomia
- handel
- usługi

**JAK DZIAŁAĆ**

Omijam lokale gdzie  
stosują skimpflacje



## SKIMPFLACJA

Popyt na produkty przewyższa ich podaż, ta sytuacja dotyka zwykłego konsumenta.

Przy szalejącej inflacji koszty produkcji, usług często przewyższają wartość sprzedaży. Zwykle następstwem tego zjawiska jest wzrost cen. Pierwsi z inflacją walczą przedsiębiorcy producenci/ usługodawcy.

Ta sytuacja powoduje, że konsument szuka tańszych ofert sprzedaży.

Aby temu zapobiec szuka się różnych rozwiązań. Można przecież wyprodukować taniej, stosować tańsze, gorsze zamienniki. Można mieć tańszą mniej wykwalifikowaną kadrę. To wszystko wiąże się z obniżeniem jakości.

**Pamiętaj:** Sposób na nie poddawanie się temu zjawisku, to po prostu omijanie placówek, które stosują takie praktyki.

# SHRINKFLACJA CZYLI KURCZENIE INFLACJA

## SHRINKFLACJA - WIĄŻE SIĘ Z INFLACJĄ I CJA



- wzrost kosztów produkcji
- brak zmiany ceny
- zmniejszenie gramatury produktu
- konsument dostaje mniej ale płaci jak wcześniej

## PRZYKŁADY



- masło
- czekolady
- soki
- ptasie mleczko
- proszki do prania

## JAK SIĘ BRONIĆ



- sprawdzać wagę
- sprawdzać objętość
- sprawdzać ilość
- porównywać ceny
- porównywać produkty

## SHRINKFLACJA

Shrinkflacja to manipulacja konsumentem w czasie inflacji. Producenci ze względu na inflację, rekompensują sobie koszty produkcji zmniejszaniem ilości produktu w opakowaniu. Za taką samą cenę kupujemy mniej towaru. Dzieje się tak, aby nie zniechęcać konsumentów. Kostka masła nie ma już 250g, lub 190g. Ptasie mleczko też zmniejszyło ilość czekoladek, a opakowanie jest tej samej wielkości. Właściwie na każdym kroku spotykamy się ze shrinkflacją. Mniej jogurtu, czekolady, proszku do prania i wielu innych produktów w opakowaniach.

**Pamiętaj**: Jedynym sposobem jest dokładne sprawdzanie tego, co kupujemy i za ile i porównywanie z innymi produktami.

# DOWNSIZING CZYLI REDUKCJA

## NA CZYM TO POLEGA



płacisz bez  
zmian ale  
dostajesz  
mniej

## PRZYKŁADY



- masło
- twarożki
- chipsy
- makarony
- mydła
- szampony

## JAK SIĘ BRONIĆ



- czytamy etykiety
- porównujemy ceny
- sprawdzamy wagę
- sprawdzamy objętość

## DOWNSIZING

Kupujemy produkt w dużym opakowaniu ale zawartości jest niewiele. Wcześniej produktu było więcej, a teraz jakby się skurczył. Takie właśnie zjawisko nazywane jest downsizingiem czyli redukcją. Tak producenci starają się zwiększać swoje zyski. Cena pozostaje, a zmniejsza się gramatura, czyli w rzeczywistości płacimy więcej za mniej. Tak dzieje się gdy kupujemy nabiał, słodycze, soki, chemię gospodarczą. Niestety to wszystko jest zgodne z prawem, ponieważ podana jest gramatura.

**Pamiętaj**: Zawsze dokładnie sprawdzaj na opakowaniu wagę, objętość czy ilość sztuk. Porównuj gramaturę i cenę kupowanych produktów!



# PODWÓJNA JAKOŚĆ

## PODWÓJNA JAKOŚĆ RÓŻNICA W SKŁADZIE



Opakowania  
produktów  
w różnych krajach,  
są takie same.  
Zmieniają się składniki  
na tańsze - gorsze

## PRZYKŁADY



- kawa
- sery
- czekolady
- soki
- proszki do prania

## JAK SIĘ BRONIĆ



- sprawdzamy dokładnie skład
- porównujemy z innymi produktami
- nie kupujemy podróbek

## PODWÓJNA JAKOŚĆ

Wielu Polaków od dawna o tym wiedziało, że proszki niemieckie są lepszej jakości. Kawa jest lepsza, szampony i wiele innych produktów. Uważaliśmy, że to snobizm, a to niestety prawda.

Przykładem tego wszystkiego mogą być napisy „chemia z Niemiec”. Dotyczyło to nie tylko proszków do prania, ale słodyczy, szamponów, soków i wielu innych produktów.

Czym jest podwójna jakość? To po prostu stosowanie tańszych, gorszych zamienników.

**Pamiętaj**: Podstawą walki z tym zjawiskiem jest świadomość, wiedza i dokładne czytanie składów produktów, które kupujemy.

## ***Dlaczego taka tematyka***

W 2024 roku mija 20 lat od przystąpienia Polski do Unii Europejskiej. Projekt „Wzmacniamy Europę SPLOTowymi wartościami” jest finansowany z programu Unii Europejskiej „Obywatele, Równość, Prawa, Wartości” (CERV), ma na celu promowanie oraz podnoszenie świadomości w zakresie podstawowych praw i wartości Unii Europejskiej. Są one zawarte m.in. w Karcie Praw Podstawowych Unii Europejskiej będącej dokumentem zawierającym zbiór podstawowych praw i wolności obywateli Unii Europejskiej zawartych w 54 artykułach. Dotyczą szeregu praw, takich jak prawo do życia, godności, wolności, równości, solidarności, obywatelstwa, sprawiedliwości oraz wolności i prawa związane z wolnościami gospodarczymi, socjalnymi i kulturalnymi. Art. 38 Karty dotyczy ochrony konsumentów. Realizując projekt „Świadomym konsumentem nie da się manipulować” chcemy realizować cele i priorytety programu CERV poprzez edukację konsumencką.

*Zespół Projektu*



[testkonsumenta.pl](http://testkonsumenta.pl)



[facebook.com/testkonsumenta/](https://facebook.com/testkonsumenta/)



[instagram.com/testkonsumenta/](https://instagram.com/testkonsumenta/)

**FCW/P** FUNDACJA  
CENTRUM  
WSPIERANIA  
PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

