Quo vadis

študentský nezávislý občasník

...spotrebiteľ?

special edition

apríl 2011

Spotrebiteľ vyberá produkty

Časopis Gymnázia sv. košických mučeníkov

Obsah

Bioprodukty. Pomoc či podvod?	3
Falošná tradícia	4
Autá, autá, autíčka	6
Farby, farby, farbičky	7
Nech bože dá	8
Anketa	9
Smiechotinky	9
Náš zákazník, náš pán...	10
Omyl	10

Editorial

Vážení čitatelia - spotrebitelia!

Vitajte pri čítaní prvého špeciálneho čísla Quo vadis... spotrebiteľ! V tomto čísle časopisu sa budeme venovať téme - Náš spotrebiteľ a výber produktov.
Po tuhej zime sme sa, pravdepodobne, všetci tešili na príchod jari. Kto by netúžil opäť vidieť tú krásu, keď sa po zimnom spánku všetko prebúdza, pučí, kvitne. V našich obchodoch na nás už čakajú atraktívne ponuky rôznych značiek. Ponorili sme sa do sveta módnych trendov novej sezóny. Predavači nás presviedčajú o skvelých ponukách za „výhodné“ ceny. Jar v mnohých z nás evokuje túžbu po zmene šatníka, topánok alebo účesu. Zo znepokojujúcich výsledkov však vyplýva, že mnohí spotrebitelia sú potenciálne zraniteľní, pokiaľ ide o podvody, nekalé obchodné praktiky či predaj pod nátlakom.

Často myslia iba na svoje zisky, vlastné záujmy. Túžba zbohatnúť je silnejšia ako vzťah k človeku - spotrebiteľovi. Pravidelne sa dozvedáme z tlače, ale i z televízie o zistených nedostatkoch, ktoré boli odhalené vďaka zodpovedným pracovníkom Slovenskej obchodnej inšpekcie.

Čo nás čaká v budúcnosti? Aké riziká na nás číhajú? Čo sa skrýva vnútri výrobkov, ktoré sa na nás usmievajú z regálov jednotlivých predajní? Koľko „éčok“ je ukrytých pod vábivým dizajnom tovaru? Kúpiť si ovocie a zeleninu na tržnici alebo radšej v hypermarkete? Otázok je čoraz viac, a odpovede sa hľadajú veľmi ťažko... Samozrejme, svoje zdravie si musíme chrániť sami. V ponuke je veľa výrobkov, môžeme sa rozhodnúť, môžeme si vybrať... Dúfame, že škodlivých výrobkov bude čoraz menej a do popredia záujmu výrobcov a predajcov sa dostaneme my, spotrebitelia. Niekedy však máme pocit, že je zbytočné sa k niečomu vyjadrovať. Sťažovať si na drahotu, neporiadok, ľahostajnosť ľudí. Komu, kde a načo? Najlepšie je nevšímať si okolie. Vyhneme sa konfliktom, rozčuľovaniu... Dáš pokoj, máš pokoj! Ako sa má človek brániť? Azda nie je prirodzené, že sa utiahne? Dobre, pred mnohými problémami zatvoríte dvere, ale na akú dobu? Zašijete sa, utiahnete do ulity... Nestálo by za to skúsiť vysloviť svoj názor, upozorniť „hlupákov“, že tárajú nezmysly?

Vtiahnuť sa do ulity ticha, nevnímať, čo sa deje okolo, je dobré iba na chvíľu. Je potrebné vysloviť svoj názor, upozorniť na neduhy spoločnosti, neprávosti... Každý, kto nakupuje, by mal byť o tovare dostatočne informovaný. Spotrebiteľ by mal vedieť pri výbere produktov posudzovať kvalitu výrobkov a mal by sa rozhodovať na základe informácií a my sa budeme snažiť vám ich čo najviac priniesť.

Bioprodukty
Pomoc či podvod?

Žijeme v dobe a v prostredí, ktoré nás zaplavujú informáciami a rozličnými inováciami. Čoraz väčšmi pociťujeme negatívne účinky znečisteného prostredia, stresu a civilizačných chorôb na vlastnej koži. V snahe „potešiť“ zdravie sa biopotraviny zdajú byť vhodnými pomocníkmi. Sú však tieto produkty, ktoré nás nútia siahnuť hlbšie do vrecka skutočne také „prírodné“ ako to tvrdia?

Podľa výsledkov ankety, ktorej sa zúčastnili dievčatá a chlapci nášho gymnázia, až 68,3% opýtaných dôveruje bioproduktom s rezervou, zatiaľ čo vyše pätina opýtaných im nedôveruje vôbec. Dôveryhodnosť týchto výrobkov zrejme nahlodáva hlavne fakt, že chovatelia a pestovatelia si v minulosti upravovali výživové hodnoty v potravinách sami, čo potvrdzovali náhodné kontroly. Chovateľom, samozrejme, vyhovovali vlastne upravené podmienky, keďže takýto chov je oveľa náročnejší ako bežný. Normálny spotrebiteľ teda zákonite získava dojem, že to s biopotravinami nie je v poriadku. V súčasnosti však bioprodukty nemôžu byť podvod. Na rozdiel od konvenčne vyrábaných prechádzajú výrazne prísnejšou kontrolou a sú sledované od zasiatia obilia až po okamih, keď si ich kúpite v obchode.

Preukaz pôvodu

Keď sa rozhodnete kúpiť si biovýrobok, musíte si byť istí, že dostanete presne to, za čo ste si zaplatili. Ekologické logo a systém označovania potravín predstavujú mechanizmus, ktorý to zaručuje. Ak si v obchode kúpite napríklad biozemiak, musí vám predajca ukázať doklad o tom, že je skutočne bio. Podľa neho je možné presne určiť, na akom poli zemiak vyrástol. Je to niečo ako preukaz pôvodu.

Základom je pôda...

Ekologické poľnohospodárstvo nie je však len o obsahu presne stanoveného množstva vitamínov, minerálov, cudzorodých látok a pod. Jeho prínos pre zdravie človeka spočíva v celostnom prístupe ekologického producenta pre prírodu a v konečnom dôsledku i pre konzumenta. S týmto zámerom začali už v 30. rokoch minulého storočia vedci vo Švajčiarsku, v Anglicku a vo Francúzsku s hnutím za ekologizáciu v poľnohospodárstve. Zistili, že základom hospodárenia je oživená pôda, kde sa všetky komponenty nachádzajú v rovnováhe. Učili farmárov kompostovať rastlinné zvyšky, hnojiť zeleným hnojivom, a tak využiť a vrátiť do produkčného procesu živiny bez toho, aby museli na farme využívať priemyselné hnojivá a chemikálie, ktoré v tom čase, samozrejme, boli v porovnaní so súčasnosťou používané minimálne.

Hlboko do vrecka?

Ceny bio pre spotrebiteľov vôbec nemusia byť niekoľkokrát drahšie ako konvenčné produkty, ba práve naopak. V zahraničí niektoré produkty v kvalite bio „vyjdú“ lacnejšie ako produkty pochádzajúce z klasického, konvenčného spôsobu hospodárenia. No ostáva dúfať, že sa tento cenový trend čoskoro ocitne aj na našom slovenskom trhu, aby sme za zdravie nemuseli platiť príliš vysokú cenu.

Základné pravidlá ekologického poľnohospodárstva

1. Nesmú sa používať žiadne umelé priemyselné hnojivá, len ekologické.
2. Neprijateľné sú pesticídy. Proti škodcom sa môže bojovať iba ekologicky, napríklad pomocou dravých roztočov alebo vošiek.
3. Na biofarme nenájdete žiadne geneticky modifikované organizmy.

autor Lenka Baricová, foto sxc.hu, internet

Falošná tradícia

Tak ako je pre Taliansko typický parmezán, pre Holandsko gouda, tak pre Slovensko je typická ovčiarska bryndza.

Predstavme si, že čakáme návštevu zo zahraničia a chystáme im tradičné slovenské jedlo – bryndzové halušky. Trápime sa s nimi celé doobedie a nakoniec zistíme, že chutia skôr ako bryndzová kaša. Chyba vôbec nemusí byť vo vás, ale vo výbere bryndze.

Pravá bryndza, milí spotrebitelia, je vyrobená len z ovčieho mlieka! Po domácky sa začala vyrábať už od nepamäti, no priemyselne až od druhej polovice 18. storočia. Pôvod slova bryndza siaha k rakúskym koreňom.

Pravú bryndzu nájdeme už len na salašoch

Bryndza umiestnená na pultoch obchodov nie je pravá! Je to len chabá, ochutená kravská srvátka!.

Podľa normy postačí 50% obsahu ovčieho hrudkového mlieka. Pre výrobcu je aj 50% dosť veľa, keďže cena ovčieho mlieka sa pohybuje okolo 0,80 – 0,90 €/l, v sezóne aj 1,10€/l. Preto sa stav kvality znižuje vplyvom tlaku zahraničnej konkurencie. Výrobcovia miešajú ovčie mlieko s kravským (0,60€/l). Syr sa vyrába výlučne z nepasterizovaného mlieka.

Pýtali sme sa, ako si spotrebiteľ vyberá tovar.

Tovar si vyberáš podľa:
a) cena 25
b) odporúčanie 2
c) kvalita 33

Preferuješ slovenské výrobky?
a) áno 32
b) nie 5
c) nevšímam si to 23

Kupuješ výrobky, ktoré sú:
a) čerstvé 40
b) trvanlivé 16
c) zlacnené; pred koncom záruky 4

Milí výrobcovia, ešte stále máte pocit, že sa neoplatí hlbšie si siahnuť do vrecka a postarať sa o kvalitu našich produktov?!

Prečo je slovenská bryndza unikátna?

V 1 grame bryndze sa nachádza 100 000 000 mliečnych baktérií, čo znamená, že bryndza je najživší probiotický výrobok tak ako žinčica a podobne.

16. 07. 2008 sa ovčiarska bryndza zapísala do registra chránených označení EU. Okrem bryndze sú tam zapísané napríklad aj oravské korbáčiky, tekovský salámový syr či zázrivý korbáčik.

Z 24 produktov je 18 nevyhovujúcich

V roku 2010 bolo ŠVPÚ odobratých 24 vzoriek bryndz, vyrobených na Slovensku aj v zahraničí, z toho 18 vzoriek norme nevyhovovalo.

VÝBORNÝ

Víťazom testu so známkou „výborný“ sa stala TESCO bryndza plnotučná v drievku s 57,1% ovčieho mlieka. S výsledkom „výborný“ skončila aj Slatina bryndza letná v drievku plnotučná s 55,7% ovčieho mlieka.

DOBRÝ

So známkou „dobrý“ sa umiestnila Liptov bryndza letná so 48,8% ovčieho mlieka a Liptov plnotučná bryndza termizovaná so 43,6% ovčieho mlieka.

NEDOSTATOČNÝ

So známkou „nedostatočný“ sa umiestnili TESCO value bryndza plnotučná 36,7%, TESCO bryndza ručne balená 36,5%, Agrofarma bryndza plnotučná 28,1%, Slatina bryndza plnotučná letná 25,1%, Clever plnotučná letná bryndza 22%, COOP jednota bryndza letná 21,5% a tami Tatranská bryndza plnotučná s rekordnými 3% ovčieho mlieka!

ŠKANDÁL

Názov výrobcu tami – Tatranská mliekareň vyvoláva u spotrebiteľa dojem, že bryndza je vyrobená z kvalitného mlieka. Opak je však pravdou! Toto mlieko nie je z oviec, pasúcich sa pod tatranskými štítmi, ale z kráv, pasúcich sa v Poľsku!!!

Exkluzívne - recept na domácu bryndzu

Pre našich spotrebiteľov - čitateľov pridávame recept na 500g nefalšovanej bryndz.

Potrebujeme: 2l ovčieho mlieka, kľag / syridlo*

Postup:

1. Mlieko zohrejeme v hrnci na teplotu 30°C a odstavíme. Pridáme jednu kávovú lyžicu granúl kľagu alebo polovicu kávovej lyžice syridla a rozmiešame. Necháme stáť asi 30-40min. Ak teplota mlieka prudko klesá, pomaly mlieko prihrejeme.
2. Varechou prerežeme stuhnuté mlieko po jeho priemere. Ak sa zlieva, necháme ho ešte odpočívať. Ak sa nezlieva, miešaním ho rozbijeme na hrudy.
3. Scedíme cez detskú plátenú plienku alebo cez gázu, konce zviažeme a necháme stiecť najlepšie 2 - 3dni. Počas stekania plienku namáčame slanou vodou.
4. Vzniknutý syr by sme mali nechať dozrieť minimálne týždeň, aby bola bryndza kvalitnejšia, ale môžeme ju pripravovať hneď. Syr narežeme na kúsky a pomelieme na mäsovom mlynčeku. Pomocou mixéra ho rozmixujeme na jemno so soľou podľa chuti.
5. Ak je bryndza hustá, riedi sa vodou, nie mliekom! Mlieko totiž rýchlo skysne!

Dobrú chuť!

!TIP! * Syridlo/kľag najrýchlejšie zoženieme priamo na salaši od baču. V predajniach so syrovými produktmi sa 50 ml syridla pohybuje v cene 2,75€. Cena domácej bryndze sa pohybuje v cene 6€/kg.

autor Lenka Baricová, foto sxc.hu, internet

Autá, autá, autíčka

Od nepamäti mužom imponujú pekné autá. Lákajú ich, snívajú o nich, túžia po nich. Aj tu však platí staré známe pravidlo: Nie je všetko zlato, čo sa blyští. Potvrdil nám to aj riaditeľ bližšie nemenovanej automobilovej predajne.

Na čo by sa mal spotrebiteľ sústrediť pri kúpe auta?

na úžitkové vlastnosti - či je to auto pre rodinu alebo pre jednotlivca
na dynamiku a ekonomiku auta
na bezpečnosť - udeľuje sa počtom hviezdičiek
na ekológiu - aké má auto vplyv na životné prostredie
Zákazník by mal mať záujem o pomer parametrov:
CENA : VÝKON : KVALITA

Dopad krízy zasiahol aj automobilový priemysel

Automobilový priemysel má 2 dimenzie:

Luxusné vozidlá: *BMW, AUDI, LEXUS, MERCEDES* - predajnosť týchto áut neklesla, ale predajné ceny sa prepadli o *30% - 40%*

Značkové autá: *HYUNDAI, SUZUKI, SKODA, KIA, HONDA, OPEL* - klesol aj predaj vozidiel, ktorý bol v rokoch šrotovania vykompenzovaný, predaj klesol *o 30% - 40%*

Šrotovné bol pozitívny projekt

Šrotovným sa značne zvýšila bezpečnosť automobilov. Je rozdiel, či jazdíte na 20 - ročnom aute alebo na polročnom. Šrotovné nemalo vplyv na predaj luxusných áut.
Hlavné plusy:
- eliminovalo štatistický pokles 30% - 40% pri iných značkách
- ľudia si vymenili staré autá za nové, lepšie a tým sa zvýšila bezpečnosť premávky

Benzín drahší, autá lacnejšie

Aj napriek vzrastu ceny pohonných hmôt je priemerná cena automobilu *o 30% - 40%* nižšia, a preto je kúpa aj napriek kríze výhodná. Ľudia majú menej peňazí, ale na druhej strane sa ceny produktov znižujú.

Majú ekoautá budúcnosť?

Ekoautomobily majú budúcnosť, pretože ekológia hlavne vplyvom znečistenia planéty z globálneho otepľovania je rapídne zhoršená a s ekoautomobilmi by sme si ovzdušie aspoň trochu vylepšili. Ekoautomobily môžu ovplyvniť zníženie emisií, je to významná položka.

Staršia pani v dôchodkovom veku sa objavila v showroome, kde predávajú luxusné autá. V ruke držala igelitovú tašku. Zdalo sa, že práve prišla z nákupu. Predajca jej nevenoval žiadnu pozornosť, vzhľadom na jej profil. Babka prišla za ním a opýtala sa: „Ta to šumny motorik, še mi pači, kedz ho vyplacim v hotovosci, možem ho sebe zobrac?“ Predajca zdesený jej otázkou odpovedal: „Samozrejme“, jeho výraz však prezrádzal obavy, či si z neho niekto nechce urobiť žart. Vzápätí vstúpil do showroomu babkin vnuk. Na otázku, či sa mu auto páči, súhlasne prikývol a oči sa mu doširoka rozžiarili. Babka bez váhania vybrala 50 000 € z igelitovej tašky, vyplatila auto v hotovosti a tým šokovala celý personál!

TRUE STORY

Záver: **Žiadneho zákazníka netreba podceňovať.**

autor Lenka Baricová, foto sxc.hu

Farby, farby, farbičky

Ženy sa od nepamäti chceli páčiť mužom. Kvôli kráse boli a sú ochotné urobiť hocičo. Oslovili sme preto kozmetičku z firmy Oriflame, Angeliku Korečkovú, a požiadali sme ju o pár užitočných rád pre spotrebiteľov.

Vrásky

Naši spotrebitelia sa na nás často obracajú s objednávkou na krémy proti vráskam. Vrásky sa objavujú už okolo 25 roku života v dôsledku pomalého starnutia. Pokožka je viac presušená, čo zapríčiňuje horšie prekrvenie pleti. Pre vekovú skupinu žien 30+ je vhodný hydratačný krém Aqua - Rhytm (10,90€), ktorý pomáha bojovať proti prvým známkam starnutia. Pre ženy vo veku 40+ je tu Diamantový krém (19,50€). Krémy Time Reversing (14,90€) sú určené pre skupinu 55+. V každom z uvedených krémov sú v ponuke denné, nočné krémy a séra.

Čistenie pleti

Pre spotrebiteľky, ktoré majú problémy s nepríjemnými vyrážkami, by som odporúčala ranné a večerné čistenie pleti. V noci sa póry pleti otvárajú a vstrebávajú všetko z povrchu pleti. Ak tam pleť nájde len zvyšky makeupu, namiesto výživných krémov, výsledok bude do očí bijúci! Na čistenie pleti sú vhodné čistiace mlieka, gély a tiež peelingové krémy, vďaka ktorým bude pleť žiariť. Produkty na čistenie pleti Optimals sú vhodné pre všetky typy pleti. Výber je z viacerých možností, ako napr. upokojujúce čistiace mlieko(6,50€), prečisťujúci peeling s hĺbkovým účinkom(3,90€), jemný krémový peeling(3,90€), penivý čistiaci gél(5,50€) alebo osviežujúca tonizačná voda(5,50€).

Pigmentové škvrny

Na redukciu a prevenciu vzniku pigmentových škvŕn je určený rad Optimals Even Out denný krém (8,90€) a zosvetľujúce sérum (6,90€). Hlavnou zložkou je sladké drievko účinkujúce ako prirodzená zosvetľujúca zložka.

Korektúra a osvieženie

Mastnej pleti odporúčam krycí krém Skin perfect (5,50€). Pre osvieženie pleti spotrebiteľky najčastejšie siahajú po skvelom okysličujúcom krycom kréme Oriflame Beuty (5,50€). Pred použitím make-upu by však mali použiť fixáter make - upu (6,90€) a na prekrytie drobných nedokonalostí korektor, napr. s minerálmi GG(4,50€). Tmavé kruhy a opuchy odstránia korektorom na oči Absolute(2,90€), ktorý nanesú pod make-up. Aj tento výrobok je obľúbený medzi spotrebiteľkami.

Riasy a mihalnice

Na poškodené riasy pomôžu špirály. Okrem dobrého vzhľadu nám zabezpečia aj ochranu, najmä v lete, keď máme vyblednuté končeky. Čierna špirála ich udrží prirodzene krásne, slnečné lúče nebudú mať šancu vysávať z nich pigment. Predlženie mihalníc docielime použitím špirály Endless Lash (3,90€). Pre natočené mihalnice použijeme špirálu Wonder Lash (4,90), pre objem mihalníc použijeme špirálu 2FX (4,90€). Pohľad si môžete zvýrazniť aj ceruzkou na oči Wild West (2,90€) alebo tekutou očnou linkou GG (5,90€). Veľkolepý pohľad dosiahnete s umelými mihalnicami Oriflame (4,50€).

Náš výber produktov je široký a rôznorodý a je len a len na spotrebiteľoch, čo si vyberú. Ak k nám zavítajú, radi ich privítame a poradíme im.

autor Lenka Baricová, foto sxc.hu

Nech bože dá

Ak by sme hľadali výraz, ktorý sa na Slovensku v posledných dňoch skloňuje absolútne najčastejšie, suverénnym víťazom by sa stalo slovo hokej.

Niet sa čomu čudovať. Už len niekoľko hodín nás delí od majstrovstiev sveta v hokeji. Navyše, všetky kľúčové zápasy, všetky zúčastnené tímy budú hrať priamo u nás na Slovensku. Spojenie takýchto skutočností už teraz vylučuje možnosť, že by sa MS v ľadovom hokeji nestalo slovenskou najatraktívnejšou udalosťou roka 2011. Aj naša škola sa stane na 2 týždne „hockey village“.

MS 2011 sa teda blížia. A keďže o tovar s tematikou Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji 2011 majú naši spotrebitelia veľký záujem. Rozhodli sme sa upozorniť ich na šikovné triky predavačov. Mnohé výrobky, ktoré nikto dlhší čas nekupoval, sa snažia predať tak, že k nim pridajú hokejové suveníry od výmyslu sveta. Na Slovensku je, žiaľ, ešte veľa podnikateľov, ktorí žijú vo vedomí, že oni sú pánmi. Opak je však pravdou, už aj tu platí známe príslovie: Môj zákazník - môj pán. Spotrebitelia majú svoje práva, treba ich len vedieť aj uplatniť. Preto sa, milí spotrebitelia, nedajte oklamať.

Šály budú taktiež zdobiť krky našich fanúšikov počas zápasov. (10-15€)

Pri hľadaní aktuálnych výsledkov a informácií týkajúcich sa hokejového šampionátu dávajte pozor aj na neuváženú registráciu na webstránke, aby ste sa kvôli inak všeobecne bezplatne poskytovaným údajom nechytili do pasce. Hokejový šampionát vás môže vyjsť draho!

Návleky na autozrkadlá sa tak často na autách nevyskytujú, ale rozhodne sú zaujímavým doplnkom fanúšika. (10-15€)

Pravý slovenský hokejový fanúšik *z našej školy* je na hlave dekorovaný *Fan klobúkom* (7-12€) **a na tvári pomaľovaný štátnymi farbami. pričom v rukách má *štátnu vlajku* s rozmermi 90 x 150 cm** (5-8€) **sprevádzany šarmatnou** *(menej vášnivou)* **fanúšičkou, ktorá v rukách drží niečo dobré pod zub.**

Veľmi obľúbenými sa stali *štátne vlajočky* (12-17€) **pripevnené na autách. Každý správny šofér - fanúšik by si mal jednu zadovážiť.**

Areál našej školy sa pomaly, ale isto premieňa na hokejovú dedinu.

autor redakčná rada, foto internet, gkm

Anketa

Anketu anonymne zodpovedalo 60 respodentov - študentov nášho gymnázia.

1. Suroviny nakupujem:

6 ♂ do zásob ♀ 07
16 ♂ 1-2x za týždeň ♀ 15
8 ♂ často, nákup robím každý deň ♀ 8

2. Najčastejšie sa stretávam s problémom:

4 ♂ tovar po záruke ♀ 3
9 ♂ poškodený obal tovaru ♀ 11
17 ♂ nevhodný prístup zamestnancov ♀ 16

3. Využívam možnosť nákupu na internete:

10 ♂ áno ♀ 06
7 ♂ nie ♀ 13
13 ♂ zriedka ♀ 11

4. Výška môjho vreckového za mesiac sa pohybuje v sume:

14 ♂ od 0 – 10 € ♀ 17
9 ♂ od 10 – 20€ ♀ 06
7 ♂ od 20 – XY€ ♀ 7

5. Energiu si najčastejšie dobíjam:

5 ♂ energy drink ♀ 1
4 ♂ káva ♀ 4
21 ♂ sladké, čokoláda, sladké vody ♀ 25

6. O akciách sa dozvedám z:

15 ♂ reklamné letáky ♀ 15
13 ♂ TV reklama ♀ 12
2 ♂ rozhlas, známi ♀ 3

7. Na tovare ma zaujme:

8 ♂ obal ♀ 12
14 ♂ cena; akcia; (2+1 grátis) ♀ 14
8 ♂ tradícia ♀ 4

Z prieskumu vyplýva, že požiadavky chlapcov i dievčat na produkty a služby su totožné.

stránku spracovala redakčná rada
foto sxc.hu

Smiechotinky

Zákazník: -“Prosil by som si toaletný papier.”
Predavač: - “Opýtajte sa o týždeň.”
Zákazník: - “Bohužiaľ, tak dlho nemôžem čakať...”

-“Pán vrchný, pred týždňom sme tu u vás jedli presne tam pri tom stole, pri okne a mali sme porciu, ktorá bola aspoň trojnásobne väčšia ako táto!!!“
- “Kde ste to sedeli? Pri okne? No, to ste mali výstavný kúsok!“

Príde chlapík do baru a objedná si tri poldeci vodky a deci sódy. Vypije deci sódy a tri vodky naleje do decáka. Barman:
- Vy musíte byť kúzelník.
Chlapík:
- Nie. Štátna obchodná inšpekcia.

V obchode: - „Koľko stoja tieto nohavice?“ - „Tridsať eur.“
- „A tieto?“ - „Dvadsať eur.“
- „A čo tieto modré?“
- „Tie sú v akcii, deväťnásť päťdesiať!“ - „Výborne, beriem!“

V potravinách:
Zákazník: - Čo je tamto? (ukazuje na regál)
Predavač: - To sú jablká.
- Tak mi dajte 40 jabĺk a každé mi zvlášť zabaľte. A čo je tamto?
- To sú hrušky.
- Tak mi ich dajte 50 a každú mi zvlášť zabaľte. A čo je tamto?
- To je mak, ale nechcite ma nahnevať!

Príde mladý otecko do obchodu kúpiť bábiku Barbie pre svoju dcérku. Predavač mu ponúka rôzne typy: - Barbie ide nakupovať za 380, barbie ide na disco za 700 a rozvedená Barbie za 6000.
Otecko sa začudovane spýta:
- Prečo je rozvedená Barbie taká drahá?
Predavač na to: - To viete, má k tomu Kenov dom, Kenovo auto...

autor redakčná rada, foto sxc.hu, internet

Náš zákazník, náš pán...

Asi pred tromi mesiacmi, keď nám zima ešte oziabala nohy, som sa vybrala do obchodu so „šikmookými“ vecami. Natrafila som na štýlové a zároveň pohodlné čižmy, navyše cenovo výhodné. Myslela som si, že som zabila tri muchy jednou ranou, no opak bol, prirodzene, pravdou!

Na druhý deň, keď som sa v nových čižmách niesla ako páv mestskými ulicami, zradil ma podpätok! Sklamaná som odkrivkala domov.
Keďže som si bloček ako správny spotrebiteľ odložila, navštívila som predajňu a čižmy som reklamovala. Predavač mi neochotne vypísal reklamačný lístok a oznámil mi, že si mám po čižmy prísť o dva týždne.

Po dvoch týždňoch...
Myslíte si, že boli opravené? Nie, odložilo sa to opäť o dva týždne.

Prešiel mesiac a ja som nemala ani svoje peniaze, ani svoje čižmy. Zima sa pomaly a isto končila a pohár mojej trpezlivosti tiež pomaly pretekal. V duchu som si však hovorila, že nádej zomiera posledná. Keď som po mesiaci prišla do obchodu po svoje čižmy, čakalo ma prekvapenie. Predavač mi bez vysvetlenia položil na pult peniaze a viac sa so mnou nebavil. Veď čo. Náš zákazník, náš pán...

Poučenie: Nie všetko čo je lacné, je aj vzácne.

Omyl

+ Haló, to si ty, ocko?
- Áno, to som ja. Čo máš na srdci?
+ Vieš, dostali ten iPhone, čo si mi sľúbil. Bola som sa už pozrieť, vyzerá suprovo!
- A čo stojí?
+ Majú ho v zľave, iba 475, 55€. Ocinko, však mi ho kúpiš.
- No, vieš, ako by som ti to... A čo na to povedala mama?
+ Neviem, ešte som s ňou nehovorila. Ale veď ty si hlava rodiny! Nemám pravdu?
- Isteže, ale, vieš, Lenka, výplata bude až na budúci týždeň...
+ Aká Lenka, čo za Lenka, od narodenia sa predsa volám Laura. Haló, prosím vás, aké je tam číslo?
- 0908 423 525.
+ No jasné, ja som volala 0907 423 525.
Asi som sa pomýlila. Prepáčte, prosím.
- Nič sa nestalo. Fúúúú, ešte šťastie, že to nebola Lenka. Do výplaty je ešte ďaleko!

autor redakčná rada, foto sxc.hu, komiks Tatiana Lörincová

Quo vadis...spotrebiteľ?

časopis Gymnázia sv. košických mučeníkov v Košiciach

www.gkmke.sk

Adresa redakcie:
Čordákova 50, 040 23 Košice
quovadis@gkmke.sk
www.quovadis.gkmke.sk

Redakčná rada:
Lenka Baricová, 2.A
Patrícia Fecková, 2.A
Tomáš Bodnár, 3.A

Zodpovedná p. uč.:
PaedDr. Helena Čižmárová

Obálka: Galeria Krakowska
(foto sxc.hu - Maciek Pelc)

Kresba: **budova Gymnázia sv. koš. muč.**
(autor GKM - Dávid Novák, EX)

Komiks: Náš zákazník, náš pán
(autor: Tatiana Lorincová, 1.A)

© apríl 2011 GKM

Vydané pre potreby súťaže Spotreba pre život