ŠTUDENTSKÝ SPOTREBITEĽSKÝ ČASOPIS

SPOTREBA PRE ŽIVOT

KEŠ

- Platíme aj za obaly?
- KOMIX
- Nekalé praktiky obchodníkov
- MÓDA - prievan v peňaženke
- Súťaž
- Prečo nakupovať cez internet?
- Kvalita za dobrú cenu

Číslo 1 ■ Ročník I ■ Máj 2015

OBCHODNÁ AKADÉMIA ROŽŇAVA

Patrícia Semanová na hodine manažmentu osobných financií

foto: Alica Koľveková

Úvodník

K€Š K€Š

Milí čitatelia,

dovoľte mi predstaviť vám náš nový časopis s výstižným názvom K€Š. Veď pre nás študentov je dôležité, aký veľký k€š máš v k€š€ni.

V časopise sa môžete dočítať rôzne informácie týkajúce sa našich peňazí, predovšetkým ako s nimi zaobchádzať, kde si môžeme peniaze bezpečne uložiť, ako ich využiť čo najlepšie. Dúfam, že po jeho prečítaní vám nové poznatky a informácie o finančnej gramotnosti pomôžu správne sa rozhodnúť, ako naložíte s financiami, ktoré máte k dispozícii, radami prispejeme k tomu, ako o peniaze neprísť, ako sa dá čo - to dobrým rodinným rozpočtom ušetriť, aby nám zvýšilo niečo na oddych a relax počas leta.

Prajem vám zábavné čítanie plné ponaučenia.

▪ S pozdravom šéfredaktorka **Carmen Sokolyová**.

OBSAH

- Úvodník 2
- Súťaž 2
- Finančná gramotnosť 3
- GMW 4
- Využívame rôzne formy platieb? 5
- Nekalé praktiky obchodníkov 6
- Platíme aj za obaly? 7
- Prečo nakupovať cez internet? 8
- E-shoping 9
- Kvalita za dobrú cenu 10
- Móda - prievan v peňaženke 11

SÚŤAŽ ???

Pekné vecné ceny čakajú na 3 vyžrebovaných výhercov, ak správne odpoviete na položené otázky do 15. 6. 2015 a svoje odpovede vhodíte do vopred pripravenej schránky. Odpovede na všetky 3 otázky nájdete pozorným prečítaním si časopisu **K€Š**.

Otázky:

1. Čo znamená skratka GMW?

2. Jednou z nevýhod internetového nakupovania je aj to, že tovar si zákazník nemôže chytiť,...*(doplnenie odpovede nájdete po prečítaní časopisu K€Š).*

3. Aké percento hodnoty tovaru tvorí v celosvetovom meradle hodnota obalov?

Šéfredaktorka:
▪ Carmen Sokolyová

Redaktorky:
▪ Patrícia Semanová ▪ Lucia Fazekašová

Vydala:
▪ Obchodná akadémia,
Akademika Hronca 8, 048 01 Rožňava

Dátum vydania: máj 2015

Periodicita: raz ročne

Vychádza od: 2015

Do časopisu prispeli:
▪ Zuzana Kolesárová
▪ Daniela Šniererová

Koordinátori redakčnej rady: ▪ *Mgr. Oľga Dúdorová* ▪ *Ing. Alica Koľveková* ▪ *Ing. Juraj Valko Krišťák*

Finančná gramotnosť patrí medzi dôležité oblasti všeobecného vzdelania, a to pre každého z nás. Peniaze sa bez výnimiek týkajú každého z nás, a to bez rozdielov. Keď uspokojujeme svoje každodenné potreby, nestačí sa naučiť peniaze len zarobiť, ale aj ako sporiť a udržiavať si ich. Aj keď sa elektronizácia platby a finančný systém menia, každý deň máme potrebu využívať peniaze. Pravdaže, ak sme v tejto oblasti nevzdelaní a neobozretní, môžeme sa ľahko dostať k zadĺženiu, ba až k chudobe. A preto by sme sa mali naučiť, že nič nie je zadarmo. Ani vtedy, keď nás o tom denne presviedčajú rôzne, väčšinou zavádzajúce reklamy. Každý predsa žije z peňazí.

Odkedy bol kov nahradený papierom, postupne sa zavádza systém peňazí s núteným obehom (tzv. Fiat Money). Nútený obeh znamená, že používanie peňazí je dané zákonom, ktorý prikazuje, čo sa má ako platidlo akceptovať. Peniaze samy o sebe nemajú takú vnútornú hodnotu ako v minulosti, keď boli razené z drahých kovov.

Možností, ako sa dá o peniaze prísť, je veľmi veľa. Preto by sme sa mali naučiť, ako s nimi zaobchádzať. Určite by sme si mali chrániť identitu, osobné údaje, PIN kódy a ďalšie bezpečnostné údaje. Z peňazí žijeme a prostredníctvom nich si plníme túžby a priania. Nakupujeme však „s hlavou na správnom mieste“ a snažíme sa rozlíšiť, ktoré tovary a služby potrebujeme a na ktoré práve nemáme v rodinnom alebo v osobnom rozpočte peniaze? Nezadlžujme sa, ak sa nemusíme, vždy si skontrolujme svoje finančné možnosti predtým, ako s peniazmi budeme manipulovať.

„Práve nehmatateľná povaha väčšiny dnešných peňazí je hádam najlepším dôkazom ich skutočnej povahy. Dobyvatelia nechápali, že peniaze sú vecou dôvery, ba dokonca viery: dôvery v osobu, ktorá nám platí, dôvery v osobu vydávajúcu peniaze, ktoré používame, alebo v inštitúciu, ktorá uhrádza naše šeky či prevody. Peniaze nie sú kov. Je to zaznamenaná dôvera. A zrejme jej hĺbka nezávisí od toho, kde je zaznamenaná: na striebre, hline, papieri či na displeji z tekutých kryštálov.“

Ferguson, N.: Vzostup peňazí, Finančné dejiny sveta

- ***ZDROJE*: *Janíčková, Diana, Lang, Juraj:*** *Finančná gramotnosť pre stredné školy*
- ***Spracovala:* Lucia Fazekašová**

GMW

Tak znie skratka GLOBAL MONEY WEEK-u, alebo ak chcete, SVETOVÉHO TÝŽDŇA PEŇAZÍ. Bývalým i terajším prvákom je tento pojem určite známy, predsa zapájali sa doň tiež.

Cieľom aktivít je spájať ľudí, vzájomne diskutovať, hrať sa, tvoriť, zdieľať vedomosti a názory v oblasti finančníctva či svojej vlastnej finančnej budúcnosti. Vybraní výhercovia poputujú v júni na "Študentskú konferenciu" do Bratislavy, uvidia centrálu najväčšej banky na Slovensku, stretnú sa so zaujímavými osobnosťami, budú mať priestor prezentovať svoje názory, skúsenosti a nápady, budú ocenení.

V rámci predmetu manažment osobných financií nás pani učiteľka Koľveková dlhé hodiny burcovala do vytvorenia nápaditých aktivít, tvorby hier či prezentácie na vybranú tému.

Keď sa konečne všetko vymyslelo, pozháňali sa materiály a priniesla sa kamera, osudová vyučovacia hodina sa mohla začať. Odštartovali sme ju prezentáciou na tému „Keby som bol ministrom financií" , ktorú sme schválili bez dlhšieho premýšľania a jej tvorba ostala na mne a spolužiačke.

Vyšla som pred tabuľu, trasľavým hlasom som sa predstavila a postupne sme prešli každým jedným slaidom. Za jeden večer úmorného premýšľania sme vymysleli niekoľko zaujímavých návrhov ako: znovu zavedenie progresívnej dane, spoluprácu s ministerstvom poľnohospodárstva a tým finančnú podporu výroby domácich produktov, investovanie do stavby diaľnic či malú úpravu štátneho rozpočtu, ktorá prevažne zasiahla naše ozbrojené zložky a armádu, ale ušetrili sme tým 304 005 160 €!

Moje utrpenie sa skončilo a so slušným potleskom sme sa posunuli k druhej časti hodiny, a to uvoľnenejšej, veď sme sa mohli hrať.

Určite každý z vás pozná televíznu reláciu Milujem Slovensko, ktorá bola inšpiráciou pre túto hru. Úlohou vybraných žiakov bolo čo najlepšie si zapamätať čítaný text týkajúci sa našich starých bankoviek, následne ho zopakovať spolužiakovi a výsledné skóre záviselo od jeho konečného rozprávania čo najviac zapamätaných slov. Hra sa nezaobišla bez úsmevných situácií ako "nenápadné" našepkávanie či zámena textu „ Madona po plastike z oltára..." za „Madona po plastickej operácii."

Hra s názvom „Poznáte dvojeurovky?" skutočne potrápila naše hlavičky. Pred zrakmi sa nám objavilo niekoľko dvojeurových bankoviek, ktoré patria cudzím štátom. Úloha znela jednoducho: pospájať eurá so správnou krajinou. Správny pár = 1 bod. Ale ľahké to vskutku nebolo. Ako vyzerajú eurá Írska, Grécka či Dánska? Neviete? Ani my sme netušili. Museli sme sa spoľahnúť na naše dedukčné schopnosti a hľadať v nich typické prvky štátov. Nakoniec sa nám to podarilo.

Hodina nám priniesla niekoľko nových informácií, nápadov, nezvyčajných zistení i úsmevných situácií. Určite by nikto neprotestoval, ak by sme sa rozhodli zopakovať si ju.

Väčšie problémy nastali pri tvorbe súťažnej prezentácie a videa, ktoré znova zavalili môj chrbát povinnosťami. Došlo k veľkému problému v komunikácii. Jednoducho mi spolužiaci neboli schopní dodať za tri týždne fotky a videá. Nakoniec sa mi donieslo do uší, že všetok vizuálny materiál je nenávratne preč, vymazaný z kamery i z počítača. Nemali sme nič. A z ničoho sa niečo urobí len veľmi ťažko. Čas sa neúprosne krátil, museli sme siahnuť po núdzových riešeniach. Odfotili sme náhradné fotky súťažnej skupiny a pár ďalších, aby prezentácia nebola čisto textovou záležitosťou. Nakoniec sa nám všetko podarilo odoslať v termíne. Už si len držíme palce a nedočkavo čakáme na výsledky.

- *text:* ***Zuzana Kolesárová***
- *foto:* ***Alica Koľveková***

Skupina žiakov I. B na hodine Manažmentu osobných financií

Využívame rôzne formy platieb?

Aj vy sa zamýšľate nad touto otázkou? Podľa môjho prieskumu má väčšina študentov nejaké tie peniaze, väčšinou vreckové, s ktorými môže disponovať a zabezpečovať si tak vlastné potreby. Už sú medzi nami aj takí, ktorí brigádujú a zarobia si viac ako vreckové od rodičov. Je však dôležité, čo s nimi, kde ich máme uložené. Či ich máme nepohodlne natlačené v našej peňaženke, alebo sú pohodlne uložené na našom študentskom účte v banke. Študentské účty sú dobrým nápadom. Platenie v obchodoch platobnou kartou je rýchlejšie, zaberie nám to menej času, ako keby sme mali platiť v hotovosti.

Bola som zvedavá, aký spôsob platby, platbu kartou alebo hotovosťou, by uprednostnili a využili moji spolužiaci stredoškoláci.

15 z 20 študentov odpovedalo, že by uprednostnili platbu debetnou kartou, pretože sa im to zdá oveľa jednoduchšie a ľahšie. Mínusom však je, že nie úplne všade sa dá platiť platobnou kartou.

5 študenti z 20 odpovedali, že by si vybrali platbu v hotovosti, pretože im takáto platba viacej vyhovuje. Rozmenia si väčšie bankovky, lepšie si vedia tieto peniaze rozplánovať, na čo ich použijú a koľko si z nich odložia alebo minú a že majú dobrý pocit, ak držia v ruke reálne peniaze.

SLOVENSKÁ SPORITEĽŇA	VEDENIE ÚČTU	VÝBER V BANKOMATE	PLATBA KARTOU	POSL. (I-BANK) / PRIJ. PLATBA	VKLAD HOTOVOSTI
Sporožíro vysokoškolák	0	0 / 1,30 €	0	0	0,45 €
Sporožíro bežné	2,06 €	0,15 € / 1,30 €	0,15 €	0,15 € / 0,15 €	0,45 €
Osobný účet - balík	0 € / 4,90 € (min. 10 tis. €)	0 / 1,30 €	0	0	0,45 €
ČSOB					
FUN účet	0 € / 2 €	0 / 1,25 €	0	0	0,50 €
Bežný účet	2 €	0,20 € / 1,25 €	?	0,15 € / 0,15 €	0,50 €
ČSOB Pohoda - balík	4 € / 0 €	0 / 1,25 €	0	0	2x zdarma
VÚB BANKA					
Start konto	0 € / 0,30 €	2x zdarma / 1,50 €	0	0	0,50 €
Bežný účet	2 €	0,20 € / 1,50 €	0,15 €	0,15 € / 0 €	0,50 €
Flexiúčet - balík	1,50 €	4x zdarma / 1,50 €	6x zdarma	0	0,50 €
Prima Banka					
Axion	0 (min 10 €) / 0,40 €	0 / 2x zdarma	0	0	0,50 €
Osobný účet - balík	3,90 €	0 / 1,35 €	0	0	0,50 €
TATRA BANKA					
TATRA Personal Academy	0 (5 platieb / min 650 €) / 0,35 €	0 / 1,50 €	0	0	?
Bežný účet	2,5 € + 1 € karta	0,50 € / 1,50 €	0,13 €	0,13 € / 0,13 €	?
TATRA Personal - balík	5 €	0 / 1,50 €	0	0	?

Tu môžeme vidieť porovnávanie študentských účtov navzájom. Každý z nás si môže vybrať ten, ktorý mu bude najviac vyhovovať. Pri výbere študentského účtu musíme dbať na 100% dôveru banke, aby sme mali istotu a boli spokojní, že naše peniaze sú v bezpečí a sú pripravené na naše používanie.

Podľa môjho prieskumu medzi bankami, ktoré ponúkajú študentom účty, je najvýhodnejší študentský účet v Slovenskej sporiteľni, a to z viacerých dôvodov. Ponúka študentom, ktorí majú založený účet v banke, výhody a odmeny za platenie kartou, neplatí sa za založenie účtu, takt isto sa neplatia mesačné poplatky za študentský účet. Odkedy mám študentský účet aj ja, platenie v obchodoch sa mi zdá oveľa jednoduchšie. ODPORÚČAM!!!

V súčasnosti sa stalo nakupovanie cez internet veľkým hitom. Ľudia si prestávajú vyberať platbu na dobierku, prípadne aby im balíček prišiel na poštu, začali využívať **platbu cez internet**, konkrétne kreditnou kartou, potom rýchle doručenie tovaru kuriérom je veru ohromnou výhodou. PayPal účet slúži na **bezpečný nákup cez internet**. Bezpečný - deklaruje sa o PayPal, ale to isté platí, aj keď platíte kreditnou kartou alebo cez internetbanking.

Ako funguje účet PayPal?

Najdôležitejšou vecou je, že musíte mať kreditnú kartu, aby ste si mohli PayPal účet založiť. Môžete si vytvoriť rôzne typy PayPal účtov:

1. Personal Account (osobný účet)– tento účet je vhodný, ak chcete len nakupovať a platiť cez internet

2. Premier Account – je vyššia úroveň účtu - ak si želáte nielen platiť, ale aj prijímať platby cez PayPal účet (čiže máte e-shop alebo inú formu predaja na vašej webstránke)

3. Business Acoount - biznis účet poskytuje širšie možnosti pre online podnikateľa.

Výhody PayPal účtu sú napríklad tieto:

- Za tovar platíte platobnou kartou tak, že číslo vašej platobnej karty **nezadáte priamo** do formulára na danom e-shope, ale bude registrovaní len v PayPal účte.
- V PayPal účte **nemusíte mať zostatok peňazí** za každým, keď platíte, PayPal systém vám sumu stiahne z účtu, ku ktorému ste zadali údaje z kreditnej karty.
- Hlavná výhoda: platby cez PayPal účet sú **celosvetovo uznávané** a používané spôsoby, preto ak niekde neumožnia platbu cez kreditnú kartu, môžete platiť cez PayPal.

Ako je to na Slovensku?

Podľa môjho názoru sa platby cez PayPal účet zatiaľ nevyužívajú preto, lebo systém prišiel na Slovensko v dobe, keď sa e-shopy u nás už dávno rozšírili. Ľudia, ktorí už v tom čase pravidelne kupovali na internete, si vybavili kreditné karty. Tento systém online platieb sa tak udomácnil, že získal väčšiu dôveru v ľuďoch ako **"nejaký americký pajpal"**.

Ak popozeráte slovenské weby, málo z nich ponúka PayPal platby, väčšinou je to na zahraničných stránkach.

Uvidíme, čo prinesie blízka budúcnosť.... nie som síce odborníčka, preto si netrúfam odhadnúť, ako sa bude používania PayPal-u vyvíjať na Slovensku.

▪ *foto, text:* ***Carmen Sokolyová***

Nekalé Praktiky Obchodníkov

Každý z nás denne navštevuje rôzne obchody s potravinami, stretáva sa s lákavými ponukami obchodníkov, ktorí sa snažia získať si spotrebiteľa. Často však nekonajú fér voči zákazníkom. Je dôležité, aby sme si to uvedomovali a nenechali sa oklamať.

Asi najznámejšou nekalou praktikou, ktorú si spotrebitelia všímajú, je uvádzanie podmienok pre získanie určitej zľavy, výhody, prípadne darčeka nezrozumiteľným, zavádzajúcim spôsobom. Malé písmo, nejasné formulácie či hranie so slovíčkami spôsobia, že obchodníci dokážu ľahko zákazníka oklamať, napr. „zľava pri kúpe 2 ks“ alebo „zľava pri kúpe nad 2 ks“ neznamenajú to isté, a predsa sú podobne formulované.

Výrobcovia nazývajú svoje výrobky sugestívnymi názvami, ako napr. detská šunka, fit sušienky, lahôdkový šalát apod., čím vplývajú na spotrebiteľa a snažia sa ho presvedčiť o prednostiach a kvalitách výrobku. Je to marketingový ťah na psychiku spotrebiteľov, ktorý v nich vyvolá určitý pocit dôveryhodnosti a rozhodnú sa pre kúpu daného výrobku.

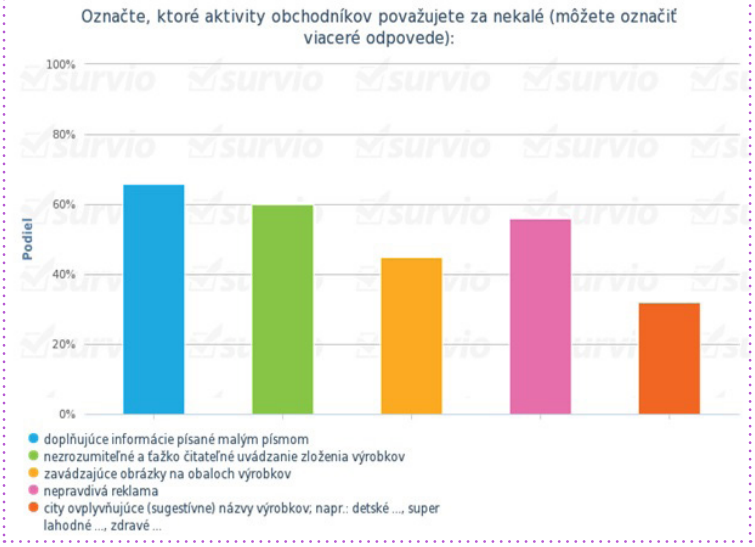
Stalo sa vám už, že ste si kúpili výrobok zabalený vo veľkom „výhodnom“ balení a po otvorení doma ste ostali nemilo prekvapení, pretože škatuľa bola poloprázdna? Ľudia si myslia, že kúpou väčšieho balenia môžu ušetriť peniaze a často si zabudnú prečítať gramáž samotného výrobku. Populárne je takéto balenia dokonca označovať popismi „+ 20 % zdarma“ alebo „+ 20 % navyše“.

Výrobcovia kopírujú obaly a dizajnové prvky od iných výrobcov, ktorí majú v danej oblasti pevné postavenie na trhu a je po ich výrobkoch vysoký dopyt. Slabší výrobcovia teda zámerne používajú pre svoje výrobky obaly, ktoré zákazníkom pripomínajú výrobky, ktoré si už roky kupujú. Ide o nekalý postup, ako získať časť trhu ovládanú silnými podnikmi. Káva Klember má nápadne podobný obal ako Popradská káva, ktorá má dlhoročnú tradíciu a svojich stálych kupujúcich. Takmer totožné sú aj obaly Podravky a Kucharka.

V prieskume, ktorý sme zrealizovali v rámci práce SOČ, sme zistili, že pre spotrebiteľov je najdôležitejšie pri kupovaní potravín zloženie výrobkov, čo svedčí o vyspelosti spotrebiteľského myslenia. Druhým najdôležitejším faktorom pri výbere však naďalej ostáva cena. Potvrdili sa naše predpoklady, že výrobky pomenované sugestívnymi názvami vyvolávajú pozitívne dojmy a spotrebitelia ich vnímajú ako výrobky vyššej akosti. Väčšina opýtaných respondentov potvrdila, že má negatívnu skúsenosť s ponukami obchodníkov, čo potvrdzuje, že veľa obchodníkov využíva praktiky, ktoré sú nekalé. Môžeme skonštatovať, že spotrebitelia si všímajú obaly výrobkov a registrujú, ak slabšie podniky kopírujú obaly výrobkov od silnejších firiem.

Obchodníci sa nás snažia oklamať, no je len na nás, či sa necháme. Preto, ak pôjdete nabudúce nakupovať, všímajte si ťahy predajcov a nerozhodujte sa vplyvom úžasných ponúk, ktoré v skutočnosti až také úžasné nie sú. ☺

▪ *text:* ***Daniela Šniererová***



PLATÍME AJ ZA OBALY?

Vyberáme si tovar podľa krásy obalu, alebo nás zaujíma skôr jeho kvalita? Veď aj obal tovaru musí niečo stáť?! Určite ovplyvňuje celkovú cenu tovaru. Takéto myšlienky sa mi preháňali hlavou, keď som bola nakupovať v našich malých potravinách . Opýtam sa milej predavačky Evy, čo odpozorovala zo života. „Všetci zákazníci bez ohľadu na vek si vyberajú tovar podľa ceny. Najmä dôchodcovia. Tých veľmi nezaujíma, ako vyzerá obal, ale aká je cena. Mladších zaujíma kvalita, pozerajú sa na zloženie potravín na obale. A či obal predáva tovar? Samozrejme. Niekedy sa dáme očami veru oklamať," hovorí pani Evka. „ Sú výrobky rovnakého druhu, rovnakej kvality, líšia sa však tým, ako vyzerá obal."

Obal napomáha efektívnej distribúcii a predaju tovaru. Málo ľudí by si zakúpilo tovar, ktorý by bol už na prvý pohľad nezaujímavý. Čím je obal zaujímavejší, tým je aj výrobok zaujímavejší. Obal musí upútať už na prvý pohľad. Umožňuje spotrebiteľovi rýchlu orientáciu v druhoch a značkách tovaru.

Obal má aj funkciu rozoznávaciu. Spotrebiteľ by sa veľmi ťažko orientoval pri jednom druhu tovaru od rôznych výrobcov, nevedel by rozoznať značku. Obal predstavuje významný prvok marketingovej komunikácie výrobcu so zákazníkom, respektíve spotrebiteľom. Kvalitný obal dokáže niekedy dokonca presvedčiť zákazníkov o kvalite výrobku.

Obal by mal racionálne chrániť výrobok pred znehodnotením s čo najmenšími dopadmi na prírodu a ľudí. Zásadou pri stanovovaní nákladov na obal musí byť, aby bol obal riešený spolu s výrobkom, ak chceme zabezpečiť splnenie všetkých funkcií obalu. V celosvetovom meradle sa počíta, že hodnota obalov tvorí asi 5 % hodnoty tovaru, u potravinárskych výrobkov spravidla viac, až 7-10 % ceny výrobku.(LEHMANN, D., WINER, R.: Produkt management. 2005).

Je zrejmé, že najvyššie náklady na obal sa dosahujú pri malých dávkach balenia. Zbytočné vrstvy obalu, prehnaná hrúbka steny obalu, viac obalov na jediný výrobok, kombinované materiály tam, kde ich netreba, zbytočné diely (patentné uzávery na džúsoch a pod.), nadmerné darčekové a reprezentatívne balenia. Možno je to už zbytočné. V obchodoch si môžeme všimnúť, že práve najluxusnejšie a najpútavejšie obaly sú na výrobkoch, ktoré k životu najmenej potrebujeme.

Vhodné je balenie, ktoré má väčší objem. Spotrebujeme tým menej obalov na rovnaké množstvo materiálu, čo sa odrazí na menšom množstve odpadov, ale aj na našej peňaženke. Za každý obal totiž spotrebiteľ platí. Za jednorazový obal musíme platiť niekedy dokonca takmer toľko ako za samotný obsah. Ceny všetkých obalov sú vždy započítané v cene tovaru. Keďže plastové obaly sú väčšinou na jedno použitie, alebo sú často používané nadbytočne, platíme zbytočne veľa peňazí aj kvôli nim. Ak je tovar nebalený, neplatíme nič. Pri kúpe nápoja napr. vo viacvrstvovom škatuľovom obale 1 L denne, ktorý má cenu napr. 0,30 €, vyhodíme zbytočne len za obal : 0,30 € x 365 =109,50€ každý rok.

Ak by sme započítali peniaze aj za nadmerné obaly., tak na priemernú domácnosť v SR môže pripadať až niekoľko tisíc zbytočne vyhodených eur ročne len na zbytočné obaly. Keď zvážime energetickú a dopravnú náročnosť surovín, z ktorých je obal vyrobený, transport a možnosti konečnej likvidácie, ani nebudeme prekvapení, aká vysoká je cena obalu z celkovej ceny tovaru. Z ekologického hľadiska sa nám javia najdrahšie nápoje v hliníkových plechovkách a viacvrstvové obaly typu tetrapack. O niečo lacnejšie budú obaly neobsahujúce hliníkovú fóliu.

Cena fliaš sa znižuje v závislosti od materiálu a vratnosti fľaše. Jednorazové nápojové obaly sú pre spotrebiteľov niekoľkonásobne drahšie než vratné opakovane používané. Spotrebitelia sú nútení zaplatiť za nevratný, jednorazový nápojový obal až 2 – krát.

Prvýkrát platia pri kúpe nápoja, keď musia zaplatiť aj za obal, nie len za nápoj. Cena obalu je totiž započítaná do ceny nápoja. Nápoje vo vratných fľašiach sú lacnejšie.

Druhýkrát musí občan platiť za jednorazový obal pri odvoze odpadu. Nevratná fľaša sa po každom jednom použití stáva odpadom. Výrobca sa po predaji nápoja už nestará o „svoj" nevratný obal. Obaly tvoria cca 35% podiel tuhého komunálneho odpadu v SR váhou a 40 – 45 % objemom.

Vratné, opakovane používané obaly sú pre občanov podstatne lacnejšie – peniaze za obal sa spotrebiteľom vo výkupe vrátia (záloha). V cene nápoja zaplatí len náklady na vymytie, amortizáciu a manipuláciu.

K zníženiu nákladov spotrebiteľov môže prispieť hlavne odstránenie nadbytočného balenia, zvýšenie vratných obalov či napríklad rozšírenie bezobalovej distribúcie.

FUNKCIE OBALOV MÔŽEME ROZDELIŤ DO 6 SKUPÍN:

- *ochranná*
- *manipulačná*
- *informačná*
- *propagačná*
- *ekologická*
- *ekonomická*

Tovar a hlavne potraviny musíme baliť. Musíme ich chrániť, inak sa môžu poškodiť alebo znehodnotiť. Obaly sa používajú na ochranu aj na prepravu. Ako obalové prostriedky používame drevo, kov, sklo, plast, textil..

DREVO - *patrí k najstarším obalovým materiálom. Oceňuje sa jeho dobrá pevnosť, pružnosť, schopnosť tlmiť vibrácie, má dobré tepelno-izolačné vlastnosti.*

PAPIER - *je najpoužívanejším obalovým materiálom. Podľa plošnej hmotnosti rozoznávame: papier, kartón, lepenku. Papier sa povrchovo zušľachťuje najmä používaním plastov a voskov.*

KOVY - *z kovov sa najviac používa oceľ (technické železo) a hliník. Používajú sa s rôznorodou povrchovou úpravou. Druhy: plechovky, sudy, kanvy, tuby, fólie.*

SKLO - *základnou vlastnosťou skla je vysoká chemická odolnosť, dobrá umývateľnosť, možnosť sterilizácie obalov, možnosť viacnásobného použitia, niekedy aj priehľadnosť skla.*

PLASTY - *najviac sa v obalovej technike uplatňuje polyetylén. Podiel obalov z plastov ustavične stúpa.*

TEXTILNÉ OBALOVÉ MATERIÁLY - *je to najmenej používaný materiál. Najčastejšie sa používajú vrecia z prírodných alebo syntetických materiálov.*

▪ ***Zdroje:***
www.biospotrebitel.sk/clanok/1270-vratne-a-nevratne-obaly-2.htm
is.muni.cz/th/50581/esf_m/Diplomova_praca.pdf

▪ ***Text, foto:*** ***Patricia Semanová***

Prečo nakupovať cez internet?

Osobne si myslím, že nakupovanie cez internet je celkom výhodné. Ja zvyknem nakupovať cez internet, lebo sú tam lepšie ceny, nemusím platiť za cestu, ušetrím čas a nemusím ísť do obchodu, môžem si tovar objednať hocikedy. Ale ako je to s vami? Myslíte si aj vy, že nakupovanie cez internet je výhodné?

Internetové nakupovanie - predtým považované za nadštandardnú záležitosť sa dnes už presunulo do bežného štandardu. Nahradilo písomnú, telefonickú, faxovú alebo osobnú ponuku tovaru. S rozvojom internetového predaja nastal aj rozvoj bankovníctva, keďže platby za tovar sa realizujú bezhotovostnou platbou, čiže bankovým prevodom.

Viac ako polovica užívateľov internetu na Slovensku si zvykne aspoň raz za mesiac a častejšie prezerať stránky rôznych internetových obchodov. Službu nakupovanie cez internet využíva na Slovensku zhruba každý druhý užívateľ internetu. V porovnaní s minulým rokom ide o viac ako desaťpercentný nárast. Vyplýva to z prieskumov spoločnosti GfK Slovakia.

Keď si zoberieme, že internet používa viac ako 2,5 milióna Slovákov, nakupovanie cez internet teda využíva vyše milióna užívateľov internetu (asi pätina populácie). Čo na Slovensko nie je vôbec malé číslo, aj keď samozrejme za vyspelejšími krajinami ešte stále zaostávame. Na Slovensku však neustále rastie obľuba a využívanie internetového obchodu.

Najčastejším dôvodom, prečo si ľudia vyberú nakupovanie cez internet, sú lepšie ceny v internetových obchodoch a často krát aj lepší výber ako v kamenných obchodoch. Ďalší uvádzajú pokoj pri nákupe z pohodlia domova, keď si môžu tovar preštudovať bez toho, aby mali neustále za chrbtom dotieravého predavača a veľa krát nemusia merať dlhú cestu za konkrétnym výrobkom, ktorý inak nezoženú vo svojom blízkom okolí.

Na čo by sme si mali dávať pozor:

- Mali by sme si dávať pozor na falošné e-shopy a podvodníkov.
- Pred prebratím zásielky a podpísaním predloženého papiera by sme si mali podrobne skontrolovať tovar.
- Mali by sme si dávať veľký pozor na to aby nám namiesto nášho objednaného tovaru neprišlo niečo úplne iné a bezcenné.
- Treba si skontrolovať kontakt a miesto, kde sa firma nachádza a skontrolovať, či je zapísaná v obchodnom registri.
- Mali by sme si dávať pozor na skryté poplatky pri nákupe.
- Pri nákupe značkového tovaru sa treba uistiť, že nekupujete fake.

ANKETA:

1. *Nakupujete cez internet? Ak áno, uveďte dôvody, ak nie tiež uveďte dôvody.*

2. *Z akej stránky najčastejšie nakupujete a čo tam nakupujete?*

3. *Stalo sa vám niekedy, že vás niekto pri internetovom nakupovaní oklamal?*

Odpovede na anketové otázky:

▶ Jakub, 16 rokov

1. Áno, pretože bývam v dedine, a to je jedna z možností nakupovania

2. Tak podľa toho čo potrebujem, ale najčastejšie nakupujem zo stránok Bonprix.sk, a Ruka Hore.

3. Ešte sa mi to nestalo, lebo väčšinou si overím stránku recenziami.

▶ Zuzana, 23 rokov

1. Občas nakupujem cez internet, lebo je to lacnejšie a pohodlnejšie.

2. Tak podľa toho čo potrebujem, ale najviac zo stránky parfums.sk, nakupujem tam kozmetiku.

3. Nie, nič také sa mi nestalo.

▶ Marika, 34 rokov

1. Nie, nenakupujem cez internet, nedôverujem takému nákupu.

2. Nenakupujem cez internet.

3. Nie.

▪ ***Zdroje:*** *http://referaty.aktuality.sk/nakupovanie-cez-internet/referat-30884*
▪ ***text:*** ***Patrícia Semanová***

6 pravidiel bezpečného nakupovania cez internet:

1. Najprv musíte identifikovať internetového obchodníka.
2. Dôkladne si prečítať všetky informácie o predávanom výrobku.
3. Vopred si overte ponúkané možnosti dopravy tovaru.
4. Skontrolujte si informácie o záručnej lehote a servisných službách.
5. Oboznámte sa aj s reklamačným poriadkom.
6. Pokiaľ je to možné, uprednostňujte internetové obchody registrované na Slovensku.

Výhody

- Rýchly nákup prebieha pohodlne, napríklad v obývačke.
- Klient nie je obmedzený otváracími hodinami.
- Kupujúci môže naraz prechádzať aj viacero predajní a porovnať ich ponuky.
- V internetových obchodoch býva tovar lacnejší ako v klasických predajniach.

Nevýhody

- Tovar si zákazník nemôže chytiť, prezrieť, vyskúšať.
- Pri nákupe platí aj za poštovné, balné a pripojenie do siete.
- Dodanie tovaru môže trvať aj viac ako mesiac.
- Môže sa stať, že objednávku si klient bude musieť vyzdvihnúť na pošte.

E-shoping

Koniec

▪ *autor komixu:* ***Zuzana Kolesárová***

KVALITA ZA DOBRÚ CENU

Kupujeme prijateľnú cenu alebo kvalitu?

Kupujeme prijateľnú cenu alebo kvalitu? Každý z nás by chcel nakúpiť v prvom rade kvalitu. Naše rozhodovanie je však ovplyvnené výškou mzdy, ktorú dostaneme za vykonanú prácu. Iné mzdy sú v Nemecku, USA, na Kube či na Slovensku. Ekonomika rôznych štátov funguje rozdielne, potom aj mzdy sú rozdielne v rovnakých povolaniach. Nie každý si môže dovoliť kvalitné veci, pretože často sa problém vyskytuje práve v peňaženke či na účte. Väčšina z nás sa snaží aj ušetriť nejaké peniaze, vykryť nimi horšie časy.

Chceme nakupovať čo najkvalitnejšie veci, ale pravdaže, za dobrú alebo výhodnú cenu. Oplatí sa kupovať viac, ale lacných a nekvalitnejších vecí, alebo radšej menej, no kvalitnejších? Toto je ale otázka týkajúca sa toho, čo nakupujeme. Je rozdiel, či nakupujeme oblečenie, elektroniku, potraviny alebo nábytok či doplnky/šperky. Pri každom jednom produkte sa na to pozeráme inak. Pri jednom tovare si možno povieme, že nám stačí aj menej kvalitná vec za menej peňazí, no pri inom zase nedopustíme, aby bol nekvalitný.

Myslím si, že na Slovensku nakupujeme skôr „výhodnú cenu“ ako „kvalitu,“ a tak som urobila malý prieskum.

Na internet som zavesila anketovú otázku:

KUPUJETE PRIJATEĽNÚ CENU ALEBO KVALITU?

Tu sú odpovede niektorých, ktorí na môj prieskum zareagovali:

▶ *Ja si potrpím na kvalitu, ale len vo veciach, ktoré sú pre mňa zvlášť dôležité (napríklad počítač), ale oblečenie v pohode aj zo sekáča.*

▶ *V mojom povolaní modela je kvalita na 1. mieste, bez toho by som to nemohol robiť.*

▶ *Ako kde. Oblečenie, obuv môžu byť menej kvalitné, ale ak ide o hudbu a všetko, čo s ňou súvisí, si rozhodne potrpím na kvalite a dám aj viac peňazí.*

▶ *Podľa toho v čom. Oblečenie a topánky priemernej kvality mi stačia, ale stravu si kupujem kvalitnú a to isté sa týka aj kozmetiky, čiže investujem viac.*

▶ *Áno, potrpím si na kvalitu. Hlavne topánky, čiastočne aj oblečenie, jedlo mám rád kvalitné, no nemusím ho mať vždy, ale tak napríklad rád bicyklujem, tak tam si potrpím na kvalitu, a aj na kvalite hudobných nástrojov.*

A aký je záver môjho prieskumu?

Každý si potrpí na kvalite hlavne tej veci, na ktorej mu záleží alebo takej, ktorej sa venuje či má k nej určitý vzťah. No pravdaže každý v rámci svojich finančných možností, to je samozrejmé. Kvalita by ale mala byť na prvom mieste, pretože nekvalitné veci môžu ľuďom škodiť. Dovolím si tvrdiť, že niektorý nekvalitný tovar až ohrozuje náš život.

- ***ZDROJE:*** *www.BIRDZ.sk, www.blog.exisport.sk*
- ***text:*** ***Lucia Fazekašová***

Móda - prievan v peňaženke

Tak to už chodí... každý rok prinesie k nám nové veci, tak isto je to aj s módou. Náš šatník sa z roka na rok mení. Predsa nechceme zaostávať za ostatnými. Nové módne trendy sa šíria rýchlosťou svetla, môžeme ich vidieť všade vôkol nás.

Čím ďalej, tým sú deti náročnejšie, či už ide o módu alebo o iné rôzne trendy. Nie všetky rodiny si môžu dovoliť to, čo od nich dieťa požaduje, aby splnili jeho očakávania. Otázkou je však: ***Zvyšujú nové módne trendy náklady na obliekanie v rodinách?***

Koľko mesačne dajú na nové oblečenie moji spolužiaci? Nakúpia naraz viacej a lacnejšie, alebo dbajú na kvalitu vecí a kupujú si drahšie značkové oblečenie?

▶ *10 žiaci z 25 opýtaných odpovedali na moju otázku tak, že si mesačne kupujú výhradne len tie veci, ktoré nevyhnutne potrebujú a prípadne ak sa im niečo veľmi zapáči, kúpia si aj niečo iné.*

▶ *11 žiakov odpovedalo, že pravidelne nakupujú nové veci aj značkové, no následne si dlhšiu dobu nič nekúpia iba v prípade potrebnej veci.*

▶ *4 žiaci odpovedali (dievčatá), že pravidelne sledujú, čo je v móde nové, a nechcú zaostávať, preto si kupujú najnovšie trendy bez ohľadu na to, koľko veci stoja.*

Každý z nás nosí také oblečenie, aké si môže dovoliť kúpiť z rodinného rozpočtu. Niektorí nakupujú v lacnejších obchodoch alebo si ho vymieňajú či požičiavajú v rodine alebo medzi známymi. Sú medzi nami deti zo solventnejších rodín, ktoré si dovolia značkové alebo drahšie oblečenie, no to vyvoláva medzi mládežou závisť a osočovanie. Je tu jedno riešenie, nad ktorým by sa mohlo začať uvažovať, zaviesť v našich školách nosenie rovnakých uniforiem. Zavedenie rovnošiat do škôl by mohlo priniesť do sociálne slabších rodín ale aj do ostatných rodín zníženie rodinného rozpočtu na obliekanie a závisť medzi žiakmi by upadla. Zavedenie uniformy by bolo osožné najmä pre početnejšie rodiny s nižším sociálnym zabezpečením, v ktorých rodičia dostávajú iba minimálne mzdy či sociálne príspevky.

Porovnanie rodín:

▶ Rodina Beňová má 2 deti, ktoré chodia na strednú školu. Mesačne im kupujú nové ošatenie. Keďže rodina Beňová si potrpí na kvalite, rodičia musia poriadne hlboko siahnuť do vrecka. Mesačne to približne vychádza na 250 eur.

▶ Rodina Hliváková, ktorá žije v Anglicku, má tiež dve deti, ktoré navštevujú strednú školu. Majú to výhodnejšie, pretože ich deti nosia v škole uniformy. Tie sa zakúpili pri nástupe na strednú školu. Nosia ich po celý školský rok, prípadne ak sa poškodia, výmena je zadarmo. Uniformy pre obidve deti stáli 160 eur.

Rodina Beňová by taktiež mala mesačne plus do vrecka, keby sa na Slovensku zaviedli na školách uniformy.

U nás na východe Slovenska je veľké množstvo sociálne slabých rodín, v mnohých sa rodia deti s ročným odstupom. Bolo by to výhodnejšie aj pre takéto prípady slabších rodín, kde prvorodené deti by mali zakúpené uniformy a ich súrodenci by ich mohli po nich vynosiť.

▪ *Text a foto:* ***Carmen Sokolyová***

Dievčatá by nosili sukne a saká.

Chlapci by mali na sebe dlhé čierne nohavice, svetlú košeľu a sako.

Zaujímavosti

➤ Najpopulárnejšia tvár na bankovkách od Austrálie po Trinidad a Tobago zdobí meny 33 rôznych krajín. Je to portrét kráľovnej Alžbety II. V priebehu rokov bolo dokopy použitých 26 rôznych portrétov Alžbety vo Veľkej Británii a jeho súčasných či bývalých kolóniách a územiach.

➤ *92% z nás by bolo radšej bohatých, ako by našli lásku svojho života.*

➤ Ak si budete vyberať peniaze z bankomatu Hitachi v Japonsku, dostanete ich vyčistené. Spôsob, akým to robia, je taký, že bankovky sú chvíľkovo stlačené medzi valcami a prúdi na ne horúci vzduch, ktorý zabije väčšinu baktérií.

➤ *Ľudia dávajú počas slnečných dní väčšie tringelty ako počas pochmúrnych.*

➤ Na dolárových bankovkách sa nikdy neobjavila konkrétna žena (okrem alegorickej postavy spravodlivosti na päťdesiatdolárovej bankovke z roku 1879); väčšinou sú na nich portréty prezidentov USA. Prvá ženská historická postava sa objavila na jednodolárovej minci, razenej v rokoch 1979-1981 a 1999; išlo o americkú bojovníčku za práva žien Susan Brownellovú Anthonyovú (1820-1906). Ďalšou ženou na jednodolárovej minci, razenej od roku 2000, je Indiánka z kmeňa Šošonov Sacagawea (1788-1812).

SUDOKU

	2	9		8	7		1	4
		4	1				7	
		3		2				9
2		6		5	8			3
	9						8	
8			3	9		6		5
7				4		5		
	5				3	9		
9	3		6	7		1	4	

8				2				
4			7		9	5		
1	9			5		7	2	4
	8				6	2	3	
	2		1					
	4	5		8	7		9	1
		8	3	6	4			9
6	1				5	3	4	
	3					8		

Smiechotinky :)

Učiteľ sa pýta žiaka: *„Keby si v každom zo svojich 4 vreciek v bunde našiel 3€, čo by si mal?“*
„Bundu niekoho iného.“

☺ ☺ ☺ ☺ ☺

Viete, čo je to optimizmus? Kúpiť si za posledné peniaze peňaženku.

☺ ☺ ☺ ☺ ☺

- „Dežo, kedy mi vrátiš tých 30 eur, čo som ti požičal?“
- „A čo som ja prorok?“

☺ ☺ ☺ ☺ ☺

Stretli sa 20 centovka s 500 €. 500 € vraví: *„Ako je to možné, že ty taká škaredá, malá, ťažká si išla do neba a ja taká pekná, ľahká a obľúbená som išla do pekla?“* 20 centovka na to: *„Ale mi povedz, koľko ráz si bola ty v kostole?“*

☺ ☺ ☺ ☺ ☺

V banke sa na nástenke objavil oznam vedenia:
- Váš plat je vaša osobná vec. Nevešajte nikomu na nos, koľko u nás zarábate!
Po niekoľkých dňoch bolo na ozname dopísané :
- Sľubujem, že svoj plat nevyzradím nikomu na svete. Za ten plat sa hanbím tak isto ako vedenie banky.

☺ ☺ ☺ ☺ ☺

Príde chlapík do posilňovne za trénerom a hovorí: *„Za tri dni mám rande, musím na ňu zapôsobiť. Ktorý prístroj mám použiť ?!“*
Trenér: *„Skúsil by som bankomat pri vchode ...“*

☺ ☺ ☺ ☺ ☺

Rozprávaju sa dvaja:
- Koľko stáli tie nohavice?
- 20 euro.
- To tričko?
- 15 euro.
- A tá hlava?
- Tá má nevyčísliteľnú hodnotu.
- No, taký malý peniaz ešte nevymysleli.