

## Что такое шринкфляция или даунсайзинг?

Покупатели привыкли, что молоко продаётся объёмом один литр, гречку фасуют по одному килограмму, а в плитке шоколада должно быть непременно 100 граммов, и ни граммом меньше. Общие правила, закрепленные п. 3 ст. 10 Закона РФ от 07.02.1992г. №2300-1 «О защите прав потребителей», определяют необходимость доведения информации о любом товаре в прилагаемой к нему документации: на этикетках, маркировкой или иным утвержденным способом. То есть, каждая упаковочная единица поступающего в продажу товара должна дополняться соответствующей маркировкой.

Обращали ли вы внимание на то, что всё чаще на упаковках можно встретить цифры, которые отличаются от норм, установленных ранее.

Чтобы научиться правильно, рационально использовать свои денежные средства, разберёмся в тонкостях шринкфляции и выясним, как покупать выгодно.

Обратите внимание на упаковку! Например, молоко, вроде бы, продаётся в тех же упаковках, но на этикетке указаны объёмы 970, 930, 925 и чаще всего 900 мл. То же самое касается круп, сливочного масла, соков, шоколада и кормов для домашних питомцев.

Такое явление называется шринкфляцией (от англ. "shrink" – сжиматься), или даунсайзингом (от англ. "down" – вниз и "size" – размер). Такая ценовая стратегия подразумевает снижение веса или объёма при неизменности цены и часто внешнего вида товара.

### Почему продукты «худеют»?

**Шринкфляция** – это иллюзия. Чтобы сохранить у покупателя ощущение, что он берёт с полки тот же товар, что и прежде, производители, продавцы и маркетологи проявляют недюжинный креатив. Они скашивают прямые углы коробки с соком, плитку шоколада делают чуть тоньше, а бутылку лимонада преобразуют с помощью выпуклого дна.

С непрозрачными упаковками ситуация обстоит и того проще: в пачку помещают меньше продукта - покупатель же все равно ничего не увидит. Таким же образом поступают с сыпучими товарами. Определить на глаз, сколько в пачке гречки – 1 кг или 900 гр., – представляется довольно сложной задачей.

К шринкфляции прибегают для того, чтобы сохранить видимость ценовой стабильности. Когда себестоимость товара растёт, у предпринимателя есть четыре варианта:

- повысить цену;
- оставить все, как есть и начать меньше зарабатывать;
- сохранить цену, но при этом снизить качество продукта;
- сохранить цену, но снизить вес или объем товара.

При даунсайзинге цена для покупателя всё равно растёт, но если он это и замечает, то не сразу. За те же 90 рублей он покупает, к примеру, не килограмм риса (9 рублей за 100 гр.), а 900 гр. (10 рублей за те же 100 гр.).

Маленький товар – большая коробка.

Бывает и такое, что производитель изначально делает ставку на солидную упаковку. Такое поведение можно заметить у производителей шоколада, косметических средств, витаминов и т. д.

Чтобы дорогой товар купили, нужно создать у покупателя иллюзию, что заветного продукта много и его хватит надолго.

К примеру, в большой и красивой упаковке может прятаться довольно скромный тюбик с кремом для рук, а в эффектной коробке – всего 100-200 гр. конфет, хотя с легкостью поместился бы целый килограмм. Человек часто «покупает глазами» – этим и пользуются маркетологи, которые делают ставку на внешний вид товара, а не на его содержимое.

Часто жертвами маркетинговых хитростей становятся те, кто покупает товары на популярных маркетплейсах. При выборе товара онлайн у человека нет возможности пощупать его и понять, что внушительная на вид коробка с зефиром по ощущениям легковата. Результат – разочарование после получения заказа у курьера.

### Как покупать выгодно?

Чтобы не попасться на уловки, нужно следовать главному правилу: не верь глазам своим. Большая коробка – не равно много конфет, а бутылка молока за 72 рубля не обязательно выгоднее той, что продается за 75.

Многие магазины начали указывать на ценниках стоимость продукта за килограмм или 100 гр. Это довольно удобно при сравнении двух конкурирующих позиций. Если же такой опции нет, то придется считать самостоятельно. **Формула следующая:**

1. Цена продукта: кол-во гр./мл продукта (указано на упаковке) × 1000 гр./мл

2. В случае с молоком объёмом 900 мл за 72 рубля и объёмом 970 мл за 75 рублей расчёты будут выглядеть так:

72: 900 × 1000 = 80 руб./литр

75: 970 × 1000 = 77,32 руб./литр

То есть, бутылка молока объёмом 970 мл выходит выгоднее на 2,68 руб.

по материалам: сайт <https://моифинансы.рф>