**היום, חלק בלתי נפרד מחיינו זה הקניות, הבזבזנות והכסף.**

**בעצם כל אחד הוא צרכן.**

**מישהו מוכר, ואנו קונים משום שיש צרכים, רצונות, לחצים ופרסומות.**

**לא תמיד אנחנו מסתכלים על העתיד, לא תמיד אנחנו רואים את הנזק הבלתי הפיך...**

**אנו קונים וקונים ללא הפסקה ולרוב גם ללא סיבה.**

**הגיע הזמן לעצור ולחשוב למה אנו פועלים ועושים זאת ללא מחשבה.**

יצא לכם לעקוב אחרי פרסומות?, יצא לכם להיתקל במבצעים בסופר או בחנויות?, יצא לכם לקנות יותר ממה שרציתם? לפי המחקרים היום התשובה לכל השאלות האלו היא כן !

היום אנו מוקפים בפרסומות, מבצעים ותכנים שווקיים מסוגים שונים.

חלק מהם ישירים, ברורים ומובנים וחלק אחר (הרוב) עקיפים וסמויים ואנו לא רואים את השפעתם העצומה כלפינו.

לכל פרסומת, מבצע או תכני שיווק יש מטרה והיא לשכנע אותנו- הצרכנים לרכוש מוצרים רבים ככל האפשר שאנו לא תמיד צריכים... וזאת בעצם הבעיה הגדולה של הצרכנים.

חלק ניכר מהמוצרים שאנו קונים או רוכשים אינם נחוצים לקיומנו אלא נועדו לספק לנו הנאה למספר מוגבל של ימים או שעות ולאחר מכן אנו לא זקוקים עוד למוצר הזה.

בעיה זו מביאה לצרכנות יתר ולהגברת הצריכה של אותם מוצרים ובכך מביאה להתגברות ייצור המוצר ולהתגברות הפסולת הקיימת. שלצערנו הרב ברובה אינה מטופלת , הולכת ונערמת במטמנות ( במקרה הטוב ) , כובשת שטחים , יצרת מפגעים רבים כמו זיהום מי תהום , פגיעה באיכות האוויר אותו אנו נושמים , פליטת גזי חממה התגברות שריפות. ובזבוז משווע של משאבים.

הר הזבל הולך ונערם , והקיימות , הלא היא החשיבה על גורלנו וגורל הדורות הבאים הולכת ומתמעטת, כעולם ההולך ונעלם.

הרצון לצריכת יתר של המוצרים הגיעה רק בשנים האחרונות כאשר פיתוח הטכנולוגיה המודרנית בעולם ובישראל גברה.

הטכנולוגיה עוברת תקופה של שינויים רבים ובעיקר שינויים מהירים בסגנון החיים והציפיות של הצרכנים המושפעים מהתהליכים הגלובליים משתנה.

בנוסף הרצון לצריכת יתר מגיע מהמגוון ומהשפע שיש בשוק כלומר מאפשרויות הקנייה הרבות שיש ומהשוואת המחירים בין המוצרים השונים.

תנו מבט על הדברים שקניתם בתקופה האחרונה ובדקו האם באמת השתמשתם במוצר שקניתם יותר מפעם- פעמיים.

אם לא, הרי שמדובר בבזבוז כספיכם.

אל תתפתו לרכוש מוצר מסוים בגלל שבחזית החלון כתוב בגדול את המילה "מבצע".
המוצרים שאנו קונים ולא משתמשים בהם גורמים לזיהום ולפסולת וכך צרכנות לא נבונה פוגעת בסביבה ומזהמת אותה .

החלטנו לעשות מעשה ולבדוק מה באמת חושב הציבור בגדרה , המושבה בה אנו מתגוררות על צרכנות נבונה , הדחף הבלתי נשלט לקניות ומה שבניהם והתשובות אותן קיבלנו והמסקנות היו מפתיעות.

אחת השאלות ששאלנו הייתה :"האם יש אמת בפרסום של מוצר"?

תוצאות שאלה זו בסקר מוצגות בגרף הבא -

כפי שאנו רואים בגרף זה רק 3% מהנשאלים סבורים כי תמיד יש אמת בפרסום ,חלק מהאנשים (35%) חושב שהאמת בפרסום קיימת לעיתים רחוקות ולרוב הפרסומים / המבצעים וההנחות הן שקר. (21%) שבטוחים שהפרסום הוא שקרי לחלוטין ו41% סומכים על האמת בפרסום לפעמים. .
בנוסף לשאלה זו בסקר שערכנו היו עוד 7 שאלות נוספות שגם תוצאותיהם היו מפתיעות .
למשל בשאלה מספר 1:"האם אתם עורכים קניות עם רשימה מוכנה מראש "?

בתשובה לשאלה זו ענו רוב ( 41% )האנשים שהם עורכים קניות עם רשימה מוכנה לעיתים.
לעומתם חלק מועט ( 38% )מהאנשים ענו שהם לא עורכים קניות עם רשימה מוכנה .

דוגמא לשאלה נוספת הייתה שאלה מספר 5 :"האם לדעתכם יש קשר בין צרכנות נבונה וגורלם של הדורות הבאים "?

בתשובה לשאלה זו ראינו כי רוב האנשים חושבים שיש קשר ברור בין הדברים .

ולעומתם מיעוט קטן חושב שאין קשר בין הדברים כלל.

דוגמא נוספת לתשובות הסקר היא שאלה מספר 7 :"האם אנשים עורכים קניות במבצעים "?
תשובתם של רוב האנשים הייתה שהם עורכים במבצעים לפעמיים .

אך לעומתם יש לא מעט אנשים שתשובתם הייתה שהם קונים במבצעים באופן תמידי .

בנוסף אחת השאלות ששאלנו הייתה האם אתם משליכים מוצרים שפג תוקפם לפח.

רוב האנשים( 51%) אמרו שהם תמיד משליכים מוצרים שפג תוקפם לפח ולעומתם יש מיעוט (12%) שלעיתים רחוקות משליכים מוצרים שפג תוקפם לפח.

\*(ראו בנספחים- גרף 1,גרף 5, גרף 7 וגרף 8.)

אז איך בעצם ניתן למנוע צרכנות יתר ולעבור לצרכנות נבונה?

קודם כל צרכנות נבונה מתייחסת לאדם המבצע רכישות של מוצרים פעם אחת כאשר הוא יודע שיש לו צורך אמיתי וממשי במוצר וכאשר הוא יודע את ערכו האמתי בשוק.

רוב האנשים אינם צרכנים נבונים אלא אנשים הצורכים יותר ממה שהם צריכים ולרוב ללא ידיעתם.

כאשר אנשים מגיעים לחנות ורואים מבצע הם ישר קונים בלי להסתכל על המחיר, על מועד התפוגה של המוצר וללא סקר שוק, וכאשר יש מבצעים אנשים קונים יותר וככה נבנית צרכנות יתר.

אז מה בעצם הפתרונות לבעיית צריכת היתר?

ראשית, תחשבו פעמיים אם אתם צריכים באמת את המוצר. לא תמיד צריך למהר לקנות את המוצר, במידה והחלטתם שאתם צריכים את המוצר תעשו סקר שוק איפה הכי זול.

שנית, צריך ללמוד לצרוך בשיקול דעת את הפרסומות, המבצעים ואת תכני השיווק כלומר להכיר את האמצעים שבהם משתמשים המפרסמים ולזהות את המידע הרלוונטי והמידע המטעה.

שלישית, כדאי לסדר תקציב מסודר של ההכנסות וההוצאות- התנהלות נכונה= צרכנות נבונה.

רביעית, כאשר אתם נתקלים בפרסומת למבצע שימו לב לאותיות הקטנות במודעה, יש מפרסמים המציינים באותיות קטנות פרטים חשובים על המבצע.

כדי ליישם את הצרכנות הנבונה ולעלות את המודעות בנושא בקרב הציבור חשבנו על פתרון שבו הרכבנו 10 כללים לצרכנות נבונה -" עשרת הדיברות לצרכנות נבונה" .
אשר יסבירו לאנשים איך לצרוך בצורה נכונה , לקנות מה שבאמת צריכים ולהימנע מצרכנות יתר שגורמת לנזקים רבים לסביבה .

**עשה:**

**6**.ערכו רשימה מסודרת, אחרת...
**7**.השוו מחירים מסתבר שיש ועוד איך פערים.
**8**.. עדיפה רכישת מוצרים באריזות קטנות , אם אין צורך אמתי בגדולות ובדיקה האם הן באמת משתלמות ?

**9**.את המנגינה הזאת אפשר לעצור! , תחושת הרוגע הבאה עם המוסיקה המתאימה נועדה "לעזור לכם " למלא ככל האפשר את העגלה

**10**. זכרו שמנסים למכור הכל מכל בעבודה על כל החושים ,היו חזקים עמדו על זכותכם להיות צרכנים נבונים

**אל תעשה:**

**1**. .אל תקנו בתשלומים , זוהי אשליה המטעה את החושים.
**2**. אל תתפתו לפרסומות לרוב על האמת הן מחפות.
**3**. אל תקנו בהכרח מותגים נוצצים ,חשובה איכות המוצר שבפנים .

**4**.אל תגיעו לקניות רעבים במצב שכזה מוצרים רבים לכם קורצים מכל המדפים.

**5**. אל תקנו במבצעים מפתים , זוהי החוליה החלשה ולב ליבה של צרכנות נבונה

את הפתרון שלנו "עשרת הדברות לצרכנות נבונה" ואת הרעיון הכללי של הכתבה שלחנו למועצה לצרכנות נבונה , בכדי שתעזור לנו להפיץ את הרעיון ולעלות את המודעות של הציבור בקשר לנזק הסביבתי שהצרכנות יתר שלהם גורמת.
לסיכום ,
אפשר לדבר על נושא הצרכנות ללא גבול ,אך המסר ברור !!! אל תחיו את הרגע , שאו עיניים אל המחר, זכרו שיש לנו רק כדור אחד ועכשיו הוא בידיים שלכם.