

Новые уловки маркетологов: что такое шринкфляция?

Покупатели привыкли, что молоко продается объемом один литр, гречку фасуют по одному килограмму, а в плитке шоколада должно быть непременно 100 граммов и ни граммом меньше. Однако все чаще на упаковках можно встретить цифры, которые отличаются от канона. Эксперты портала moifinansy.ru разобрались в тонкостях шринкфляции и выяснили, как покупать выгодно.

Что такое шринкфляция или даунсайзинг?

Поход по магазинам стал настоящим квестом. Молоко, вроде бы, продается в тех же упаковках, но на этикетке указаны 970, 930, 925 и чаще всего 900 мл. То же касается круп, сливочного масла, соков, шоколада и даже 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 объема при неизменности цены и часто внешнего вида товара.

Явление зародилось в США в середине 70-х годов прошлого века, когда в стране сочетались экономический спад (падение ВВП, рост безработицы, снижение доходов населения и т.д.) и рост цен – инфляция. Позднее со шринкфляцией познакомилась Европа, а затем и Россия.

О том почему продукты «худеют» и как покупать выгодно читайте на портале moifinansy.ru <https://xn--80apaohbc3aw9e.xn--p1ai/article/novye-ulovki-marketologov-chto-takoe-shrinkflyaciya/>, а также не забывайте делиться новыми знаниями с родными и близкими.

Автор: Мария Иваткина

Источник: [Редакция МоиФинансы](#)