

صفحة يومية تعنى بشؤون المستهلكين.. الأسعار اليومية للخضار والفاكهة والأسماك المعتمدة.. أخبار وزارة التجارة والصناعة.. العروض والتخفيضات السعريّة وجميع الأنشطة والفعاليات التعاونية. يسعدنا التواصل معكم

consumer@alanba.com.kw

إعداد: محمد راتب - عاطف رمضان

## عروض الخضار والفاكهة اليوم الاثنين

■ خيطان	■ الزهراء
■ الرقة	■ الفنتاس
■ الجهراء	■ اليرموك
■ الشهداء	■ مشرف
■ الصليبخات والدوحة	■ العارضية
■ ضاحية صباح السالم	

اسم السمك	سعر الكيلو (د.ك)	المصدر
زبيدي	12	محلي
هامور	6,5	محلي
هامور	3	مستورد
بالول	7,5	محلي
بالول	4	مستورد
نوبيي	3,5	محلي
نوبيي	2,5	مستورد
نقرور	7	محلي
نقرور	2,5	مستورد
ميد	1,250	محلي
سبيطي	6,5	محلي
سبيطي	4	مستورد
كتعد	3	محلي
كتعد	2	مستورد
روبيان شحامية	1,250	محلي
روبيان شحامية	1,250	مستورد
روبيان جاسيو	5	محلي
روبيان أم نعيرة	4	محلي
روبيان أم نعيرة	3,5	مستورد
شعم	4	محلي
شعم	2,5	مستورد
صبور	1,5	محلي
بياح	3,5	محلي
بياح	1,5	مستورد
شيم	8	محلي
شيم	3,5	مستورد
مزيزي	5,5	محلي
مزيزي	3,5	مستورد
قبيب	2	محلي
قبيب	1	مستورد
حلوايو	3	محلي
حلوايو	2	مستورد
سكن	3	محلي
سكن	2	مستورد
شعري	1,5	محلي
شعري	1,5	مستورد

الصف وبلد الإنتاج	السعر (د.ك)
كستناء صيني 7 كيلو	6,000
أفوكادو أميركي 10 كيلو	18,000
أناناس فلبيني 10 كيلو	4,000
أفوكادو كينيا 4 كيلو	3,000
الكمرى أرجنتيني 10 كيلو	6,000
باندجان أرديني 6 كيلو	2,750
باندجان سعودي 5 كيلو	1,500
بامية سعودي 5 كيلو	4,000
برتقال أفريقي 15 كيلو	4,500
بصل باكستاني 13 كيلو	3,000
بصل لبناني 4 كيلو	1,250
بصل مصري 25 كيلو	3,750
بطاطا لبناني 4 كيلو	1,250
بطاطا مصري 5 كيلو	1,250
بطاطا مصري 7 كيلو	1,500
بطاطا مصري 18 كيلو	4,000
بطاطا مصري حلو 2 كيلو	1,250
بيض كويتي * كبير	1,100
بيض كويتي * كبير	1,000
بيض كويتي * صغير	0,750
تفاح شيلي احمر 18 كيلو	7,500
تفاح شيلي سكري 18 كيلو	7,500
تفاح فرنسي 18 كيلو	7,750
تمر سعودي 1 كيلو	1,000
تين تركي 2 كيلو	2,500
ثوم صيني 10 كيلو	4,000
ثوم صيني 6 كيلو	3,000
ثوم صيني فله 10 كيلو	3,500
جزر استرالي 10 كيلو	4,500
جزر الصين 10 كيلو	2,750
جزر سعودي 10 كيلو	2,250
جواقة مصري 1 كيلو	1,000
جوز الهند هندي 10 كيلو	3,500
خس أرديني 10 كيلو	2,500
خيار أرديني 10 كيلو	1,750
خيار صيني 8 كيلو	1,500
نرة سعودي 4 كيلو	1,500
رفي إيراني 10 كيلو	2,500
رفي يعني 10 كيلو	3,000
رمان مصري 10 كيلو	3,000
رمان هندي 4 كيلو	3,000
رمان يعني 15 كيلو	8,500
زنجبيل صيني 6 كيلو	2,500
زهرة أرديني 6 كيلو	2,000
زهرة سعودي 5 كيلو	1,500
طماطم أرديني خشب 8 كيلو	1,500
طماطم سعودي 5 كيلو	2,000
طماطم شيري هولندي 2 كيلو	4,000
طماطم 9 كيلو أرديني	1,750
عنب لبناني 5 كيلو	4,000
فاصوليا خضراء سعودي 4 كيلو	2,000
فالنسيا لبناني 6 كيلو	2,000
فراولة أميركي 6 كيلو	13,000
فلفل أرديني 5 كيلو	1,750
فلفل باره اخضر سعودي 4 كيلو	1,500
فلفل باره أرديني 5 كيلو	2,000
فلفل سعودي 4 كيلو	1,500
فلفل هندي 4 كيلو	2,500
قرع إيراني 10 كيلو	2,500
قلناس صيني 7 كيلو	1,250
كمرى أفريقي 10 كيلو	5,000
كوسا أرديني 6 كيلو	3,500
كوسا سعودي 10 كيلو	6,750
كيوي إيراني صندوق 5 كيلو	2,000
كيوي نيوزلندي 3 كيلو	3,500
ليمون أرديني 6 كيلو	2,000
ليمون أفريقي 15 كيلو	6,000
ليمون تركي 10 كيلو	3,000
مشروم إيراني 2 كيلو	3,000
مشروم سعودي 2 كيلو	3,000
ملفوف أرديني أخضر 15 كيلو	3,500
ملفوف سعودي أخضر 10 كيلو	1,500
موز فلبيني دلونتي 14 كيلو	4,000
موز فلبيني دلونتي 7 كيلو	2,000
موز فلبيني شيكيتا 14 كيلو	4,000
موز فلبيني شيكيتا 7 كيلو	2,000

## الأزرق للثقة وتستخدمه البنوك والأصفر لجذب الأطفال والبرتقالي لخفض الأسعار والزهري لمنتجات النساء شركات تستخدم الألوان وسيلة لجذب عملائها وزيادة مبيعاتها

### مراعاة الاختلافات الثقافية والجغرافية

استخدام الألوان المناسبة في التسويق أمر مهم، حسب خصائص السوق المستهدف والمنطقة الجغرافية. فاللون الأحمر مهم في أسواق آسيا، والبرتقالي في هولندا، واللون الأبيض في أفريقيا يدل على الموت، بينما في الصين يدل اللون الأحمر على الحظ، ويدل اللون الأصفر على المرض في آسيا. لذلك يجب أخذ الاختلافات الثقافية والجغرافية بعين الاعتبار عند استخدام الألوان.

### ألوان مفضلة للجنسين لجذب الزبائن

الذكور يفضلون اللون الأزرق عن الأحمر، ويفضلون اللون البرتقالي عن الأصفر. والأطفال الذكور يلبسون الثياب ذات اللون الأزرق. والأنتى تفضل اللون الأحمر عن الأزرق واللون الأصفر عن البرتقالي. الأطفال الإناث يلبسون الثياب ذات اللون الزهري، مع وجود تأثير للون الموضة أحيانا قد ينتشر أحد الألوان كلون الموسم كاللون الأحمر أو الأصفر أو الأزرق فتصبح كل الألبسة والأحذية بهذا اللون، وأصبحتنا في عصر أقل تمسكا بالتقاليد فأصبح من الممكن أن يرتدي الشاب قميصا لونه زهري.

### الألوان المفضلة للطبقات الاجتماعية

الطبقة الدنيا في المجتمع يفضلون الألوان الزاهية والدافئة والألوان الأساسية نتيجة بساطتهم. الطبقة العليا يفضلون الألوان المعقدة والمتطورة والألوان الثانوية نتيجة بحثهم عن التميز عن بقية أفراد المجتمع. الطبقة الأكثر تعلما كالأبحاث العليا يفضلون الألوان المعقدة ويكون اختيار اللون المناسب لهم ليس بالسهولة. طبقة الجامعيين يفضلون تقليد الطبقة الأعلى علميا منهم ويوجد مفاضلة كبيرة في اختيار اللون المناسب. طبقة حملة الثانوية يفضلون الألوان الأساسية، والألوان الفرعية طبقة التعليم الابتدائي. الطبقة غير المتعلمة يتأثرون بوسائل الإعلام بشكل كبير ويختارون الألوان التي يتأثرون بها نتيجة مشاهدتهم للتلفزيون والإنترنت.

## عروض مميزة على الخضار والفاكهة في السوق المركزي وسلع إلى 990 فلساً العجمي: مهرجان التسوق في «تعاونية العمرية» مستمر حتى 2 ديسمبر وحليب الأطفال بسعر التكلفة

بالخلطة المصرية 4 حبات إلى 850 فلساً. وجرى تخفيض سعر قطع دجاج عائلي 500 غ إلى 1,110 دينار، برنجلز 156 غ حبتان ساراكيك، بريكان 330 مل 6 حبات، عصير الربيع 250 مل، كورن فليكس 350 غ، بيبسي 1,25 لتر 6 حبات، عصير شيرين 745 مل، 250 مل، نسكافيه كيس 20 غ، نسكافيه 20 غ باكت، كابتشينو نستلة 10 ظرف. كما تم تخفيض سعر الخضار والفاكهة حيث بلغ سعر الموز بالكيلو 395 فلساً، رمان مصري بالكيلو 395 فلساً، برتقال أبو صرة أو فالنسيا بالكيلو 395 فلساً، تفاح أحمر بالكيلو 395 فلساً، ليمون أفريقي بالكيلو 395 فلساً، عنب ابطالي أبيض وأحمر بالكيلو 990 فلساً.



### جمعية التعاونية Omariya Co-Op

## مهرجان التسوق

بالسوق المركزي خلال الفترة من 11/29 وحتى 10/15/2015



دجاج سيرا 700 جم كرتون  
1,990 دينار



دجاج عائلي 500 غ  
1,110 دينار



دجاج سيرا 1000 جم كرتون  
3,990 دينار



دجاج سيرا 2000 جم كرتون  
7,990 دينار

جميع حليب الأطفال بخصم التكلفة

وتزيين... العروض المميزة للخضار والفاكهة خلال فترة المهرجان

صاحبة التكرم ترحبوا كل جديد وبالجمعية مع خلائق زواركم تساهموا الرئيسي

للتشاور والتعليقات على الترفيع

@omariyacoop @omariyacoop

66942255



محمد خالد العجمي

قامت جمعية العمرية التعاونية أسس بإطلاق مهرجان التسوق في السوق المركزي والذي من المقرر له أن يستمر حتى 2 ديسمبر المقبل، حيث بين رئيس مجلس الإدارة محمد خالد العجمي أنه جرى إطلاق تخفيضات على مجموعة كبيرة من السلع الأساسية والاستهلاكية وعروض مميزة للخضار والفاكهة، إلى جانب توفير حليب الأطفال بسعر التكلفة.

فقد جرى تخفيض سعر دجاج سيرا 700 غ كرتون إلى 1,990 دينار، دجاج سادايا 1 كغ كرتون إلى 4,990 دينار، أرز كنتري 10 كغ إلى 4,990 دينار، أرز 3 كغ كرتون 990 فلساً، تاييد 4,5 كغ حبتان إلى 3,990 دينار، مياه الروضتين 330 مل 20 حبة إلى 295 فلساً، شاي لبيبتون 100 كيس إلى 890 فلساً، محارم الجمعية 200 ورقة 5 حبات إلى 690 فلساً، أرز كتكو 15 كغ إلى 6,990 دينار، أرز سجا مصري 5 كغ إلى 1,650 دينار، أرز كنتري سيليا اكس 5 كغ إلى 1,990 دينار، زيت الفا 1,8 لتر إلى 750 فلساً، أرز فوديز مصري 5 كغ إلى 1,495 دينار، وزيت أوليه 1,8 لتر إلى 990 فلساً.

ومن السلع أيضاً شاي الوزان 100 كيس 3 حبات إلى 890 فلساً، شاي ريد لبيبل 400 غ حبتان إلى 1,250 دينار، شاي اكسبريس الربيع 100 كيس إلى 795 فلساً، كوكو بوبس شوكر 890 فلساً، شاي أحمد 100 كيس إلى 690 فلساً، كورن فليكس 1 كغ إلى 1,595 دينار، بيض كويتي 60x50 إلى 895 فلساً، جن كرافت 500 مل حبتان إلى 1,990 دينار، حليب ABC 1 لتر 4 حبات إلى 850 فلساً، جن كرافت 240 غ 4 حبات إلى 1,495 دينار، فورستين 750 غ إلى 1,470 دينار، فول

جانب من عروض الشعب التعاونية

# أنباء المستهلك



### هل للألوان

تأثير على جذب

المستهلك للشراء

أم إنها تخمينات

كأبراج الحظ؟



لماذا تختار شركات

عالمية ألواناً معينة

لشعاراتها؟

هل الألوان لها علاقة بعمليات زيادة مبيعات الشركات؟

ما السر وراء اعتماد العلامات التجارية على الألوان؟

مصادر تقول لـ «الأنباء» أن هناك عوامل منها الألوان تؤثر على المستهلك وتدفعه للإقبال أو الامتناع عن شراء السلع، وأن بعض تجار التجزئة يقومون بتحديد الألوان المستخدمة ضمن استراتيجية مدروسة بعناية، في محاولة منهم لترويج منتجاتهم.

في حين يرى البعض أن قدرة الإقناع على شراء المنتجات بالألوان مجرد تخمينات وأدلة غير مؤكدة كقراءة بطاقة الحظ أو الأبراج.

ويستشهد المؤيدون لفكرة تأثير الألوان على قرارات شراء السلع بنتائج دراسة أظهرت أن 90% من القرارات المفاجئة للمنتجات قد تعتمد على الألوان فقط (وفقاً للمنتج).

وعن الدور الذي تلعبه الألوان في العلامات التجارية، تظهر نتائج الدراسة أن العلاقة بين العلامات التجارية والألوان تتوقف على مدى ملائمة لون الشيء المستخدم لعلامة تجارية معينة.

وتشير الدراسة إلى أن عقولنا تفضل العلامات التجارية المعروفة، مما يجعل الألوان مهمة جداً عند إنشاء هوية العلامة التجارية.

وأُسفرت نتائج الدراسة عن ثلاث كل لون وكيفية استخدام الشركات الكبرى للألوان فيما يلي:

● الأحمر: أشد الألوان حرارة لأنه لون النار ويدل على الإثارة، القوة، السرعة، الطعام الساخن والطازج، لون الطاقة، تستخدمه الشركات لتعبر به لربائتها بأن منتجها هو منتج الطاقة والمرح والإثارة.

### شكوى

## محلان متجاوران يبيعان علبة ماء واحدة بسعرين مختلفين وبفارق 100 فلس



فانورتان بسعرين مختلفين لنفس السلعة

ان تقوم بشراء علبة مياه من أحد المطاعم بسعر ثم تشتري علبة مشابهة من المطعم المجاور بسعر أعلى بضعنا أمام تساؤلات كثيرة حول رقابة وزارة التجارة على هامش الأرباح الموضوع.

في هذه الشكوى قام أحد المستهلكين بشراء علبة مياه من محلين متجاورين ففوجئ بأن سعر الأولى هو 300 فلس والثانية بـ 400 فلس، متسائلاً عن الأسباب التي تدفع محليين إلى بيع سلعة واحدة بسعرين مختلفين، مع وجود فرق كبير بينهما، وقال ألا توجد رقابة من التجارة، وإذا كان الأمر في علبة مياه فكيف يبقى المنتجين والبيع.

وطالب وزارة التجارة بإجراء جولات تفقدية ووضع حد لمثل هذه التصرفات وتحديد هامش الربح وتحريم المخالفات بحق المخالفين للقرارات الوزارية، مطالباً أيضاً بتوضيحات من الوزارة حول هذا الأمر ولماذا يتم ترك مثل هذه المخالفات إن كانت مخالفاً، وبدورها «أنباء المستهلك» ترفع هذه الشكوى إلى الوزارة لبيان ما طالع به المشتكي، وتؤكد أن مثل هذا التصرف ليس خاصاً بهذين المحلين فحسب بل هو في كل المحال التجارية والجمعيات التعاونية وهو مشكلة لا تزال من غير حل، فقد تجد سلعة بسعر 500 فلس وفي مكان مجاور بـ 600 وفي مكان آخر بـ 450، فهذا التفاوت حتى هذه اللحظة لم يتم إيجاد حل له على الإطلاق.