

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2^ο

α) Το Αντι-Μάρκετινγκ στοχεύει στην αποθάρρυνση της κατανάλωσης και συνεπώς, στη μείωση της ζήτησης των αγαθών που προσφέρουν οι επιχειρήσεις. Για να το πετύχει αυτό, χρησιμοποιεί τα ίδια εργαλεία που χρησιμοποιεί το Μάρκετινγκ.

β) Το Αντι-Μάρκετινγκ χρησιμοποιείται όταν η επιχείρηση δεν μπορεί να παράγει περισσότερη ποσότητα του προϊόντος της ή θέλει να πουλά το προϊόν της σε πελάτες που η ίδια επιθυμεί. Για παράδειγμα, τα ποδοσφαιρικά αθλητικά σωματεία, που θέλουν να αποτρέψουν την αγορά εισιτηρίων από οπαδούς που προκαλούν επεισόδια και φασαρίες, διότι η παρουσία τους στο γήπεδο «διώχνει» τον απλό φίλαθλο.

Άλλη περίπτωση είναι η ανάγκη περιορισμού της παραγωγής ενός προϊόντος, όταν εξαντλούνται οι πρώτες ύλες από τις οποίες παράγεται αυτό ή αυξάνεται κατά πολύ η τιμή τους. Με το Αντι-Μάρκετινγκ, μπορεί να γίνει δυνατός ο περιορισμός της κατανάλωσης και η σωστή χρήση ενός αγαθού. Π.χ. όταν πριν από μερικά χρόνια αντιμετωπίσαμε το φαινόμενο της λειψυδρίας, παρουσιάστηκαν στην τηλεόραση διαφημίσεις που μας παρότρυναν να «Προσέχουμε, για να έχουμε».

Παρομοίως, όταν θέλουμε να αλλάξουμε μια κακή καταναλωτική συνήθεια χρησιμοποιούμε το Αντι-Μάρκετινγκ, π.χ. για τη μείωση του καπνίσματος ή την προτίμηση τροφών που έχουν λίγα λιπαρά.