

### Cena a koszt reklamy

W wielu hipermarketach można kupić towary opatrzone marką tegoż sklepu. Jednak produkty te nie są produkowane przez hipermarkety. Dostarczane są głównie przez drobnych przedsiębiorców, którzy nie muszą w ten sposób ponosić kosztów reklamy i marketingu, a więc ich cena jest dużo niższa niż podobnych produktów znanych marek. Na przykład ceny soków owocowych w kartonach mogą być niższe nawet o 70%. Podobnie jest z wieloma innymi artykułami. Jest to jednak spowodowane nie tylko tym, że ich producenci nie ponoszą kosztów reklamy. Znane marki mają swą renomę, za którą mogą żądać podniesienia ceny (reklama powoduje między innymi różnicowanie produktów, co przekształca rynek konkurencyjny w konkurencję monopolistyczną, a to prowadzi do wyższych cen).

Tak więc reklama kosztuje konsumentów podwójnie. Po pierwsze, to klienci w cenie produktu muszą pokryć jej koszt, często bardzo duży. Po drugie, ponieważ znany, reklamowany produkt stwarza wrażenie lepszego, wyjątkowego i, co za tym idzie, jego cena bardzo często jest dużo wyższa niż równie dobrego produktu, nie posiadającego jednak tak znanej marki.

Spróbuj przeprowadzić wśród swoich znajomych tak zwane **ślepe testy**.

Daj im na przykład do spróbowania dwa podobne napoje. Jeden - wyprodukowany przez znaną firmę, stosującą agresywną kampanię reklamową, a drugi - przez mało znanego producenta. Twoi koledzy, oczywiście, nie mogą wiedzieć przez kogo, który napój został wyprodukowany. Przeprowadź później wśród nich ankietę odnośnie do jakości napoju, smaku, tego jak gasi pragnienie itp. Najprawdopodobniej okaże się (zależy to od doboru testowanych produktów), że zarówno za pierwszym, jak i za drugim napojem opowie się taka sama liczba osób. Porównacie później ceny - wnioski będą oczywiste.