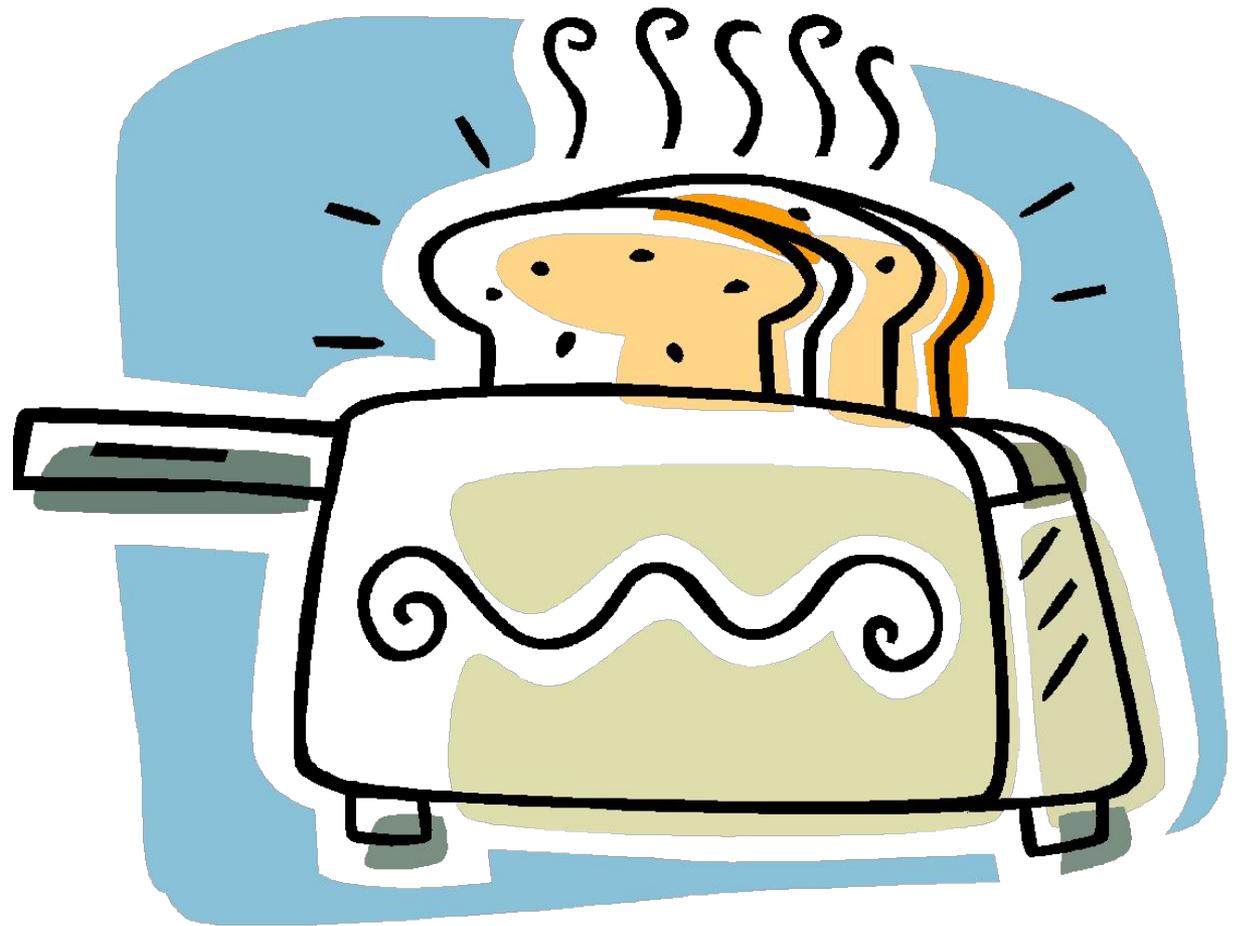


# Тема: ТОВАР

---



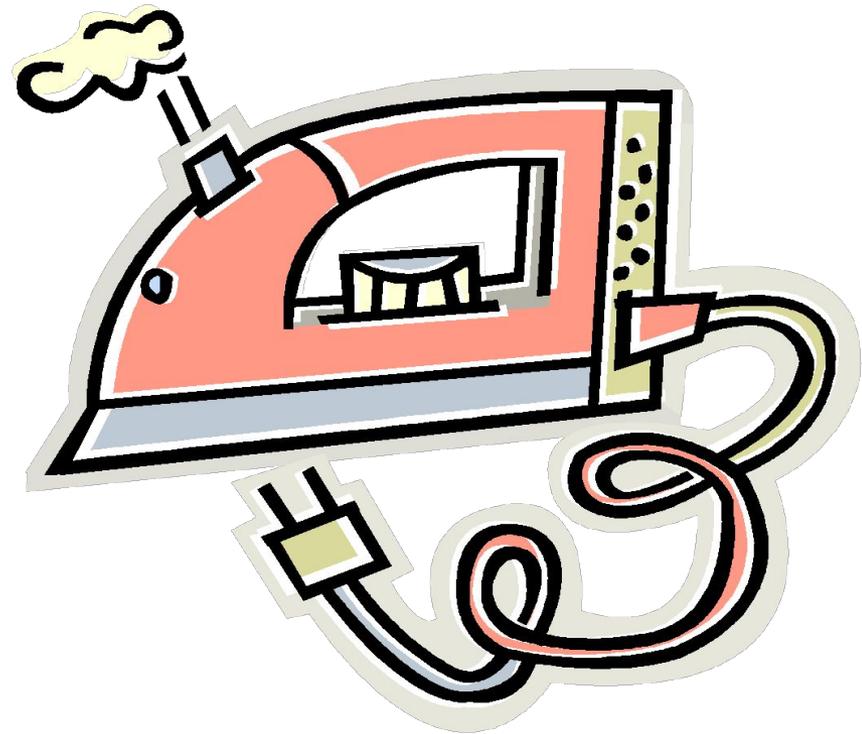
# Вопросы для повторения:

- Охарактеризуйте понятия «товар» и «услуга».
- Что собой представляют потребительские свойства товара?
- Перечислите полезные свойства товара.
- Какими бывают товары в зависимости от цели применения?
- Какие товары вы знаете в зависимости от их роли в маркетинге?
- На какие группы делятся товары в зависимости от длительности потребления.
- К какому типу товаров (предварительного выбора, особого или повседневного спроса) относится холодильник, очень дорогой мобильный телефон?
- К какой категории товаров можно отнести продукт питания предоставляемый рестораном, магазином (к товарам кратковременного использования, к услугам)?

# Тема урока:

---

## Жизненный цикл товара



# Задачи :



- ➔ **Познакомиться с понятием жизненный цикл товара;**
- ➔ **Рассмотреть концепцию жизненного цикла товара и принципы, на которых она базируется;**
- ➔ **Изучить тактику маркетинга на разных этапах жизненного цикла товаров;**
- ➔ **Ознакомиться с особыми вариантами жизненного цикла товаров.**

# Жизненный цикл товара -

особенности реализации и продвижения

товара на рынке

с момента первоначального появления продукта

как новинки до его снятия с производства

и прекращения реализации

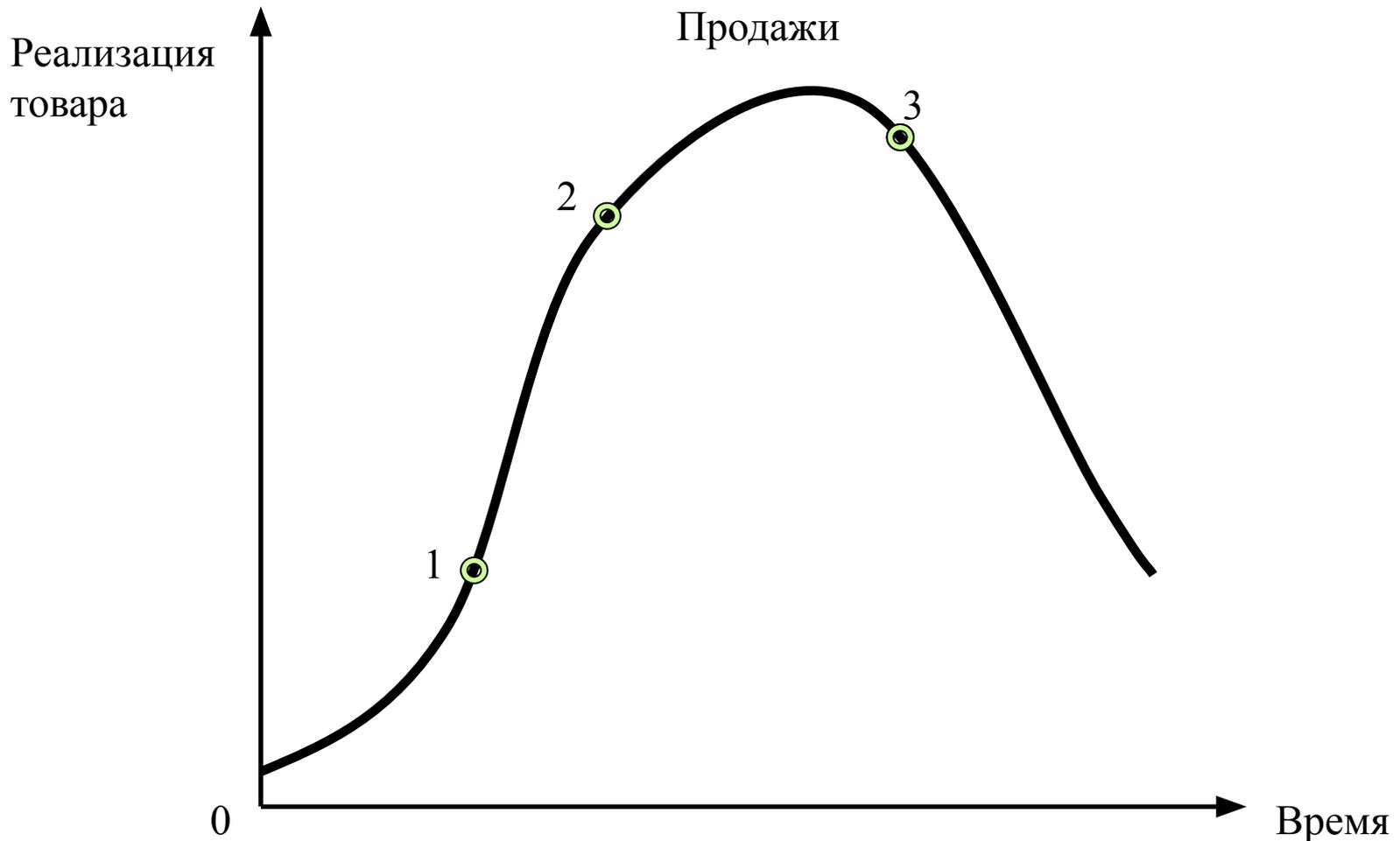
# Концепция жизненного цикла товара

товар в процессе своего существования, подобно живому организму, проходит различные этапы: "рождается", "живет", "умирает".

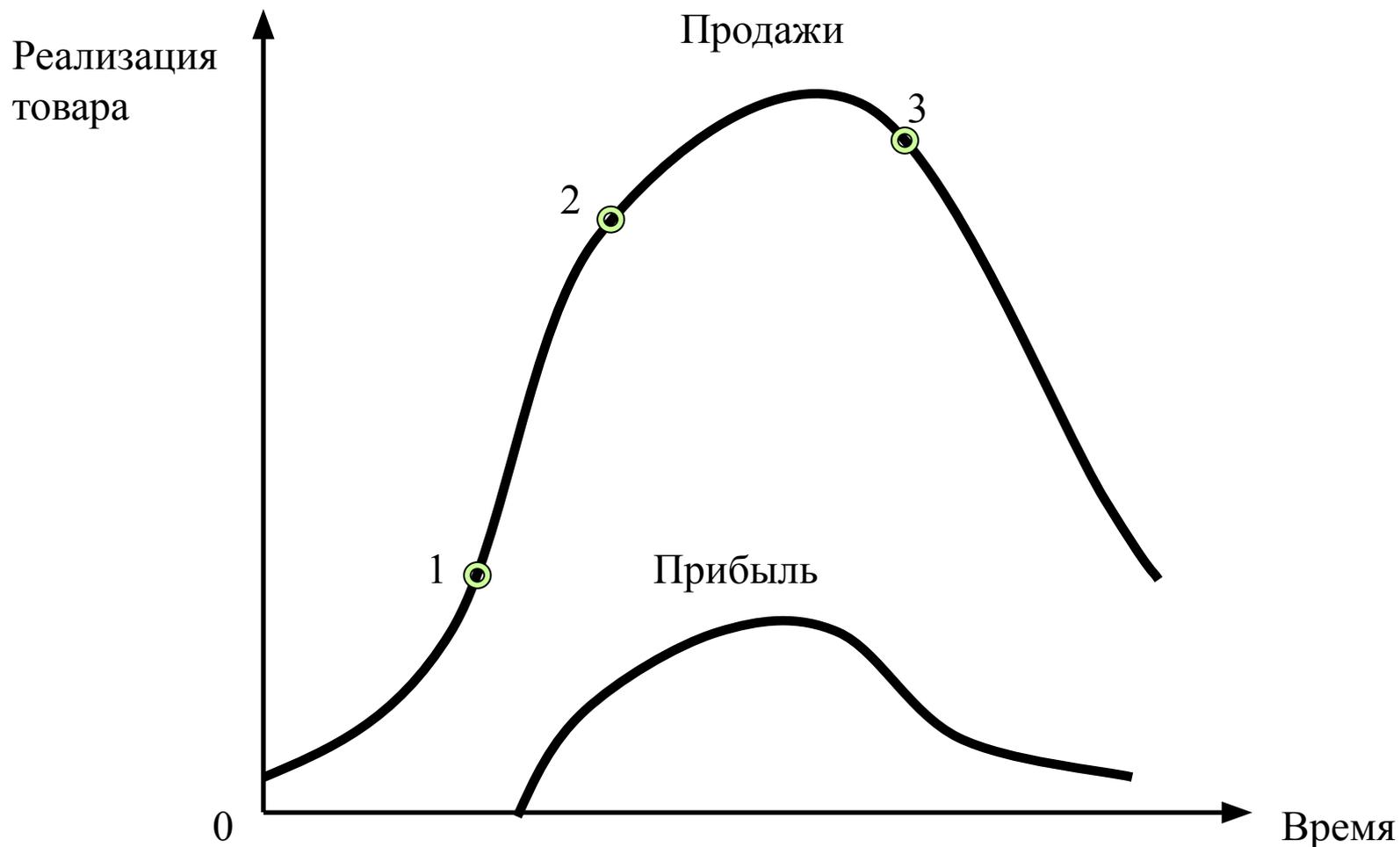
## Принципы :

- **Существование товара на рынке имеет временные ограничения;**
- **В процессе реализации товар проходит различные этапы;**
- **Уровень рентабельности производства и сбыта товара меняется на различных этапах жизненного цикла;**
- **На различных этапах жизненного цикла товара требуются различные подходы к решению производственных, конструкторских и сбытовых задач, к мерам ценовой и финансовой политики фирмы.**

**Различают четыре последовательных этапа жизненного цикла товара при его продаже на рынке: внедрение (0-1), рост (1-2), зрелость (2-3) и спад (3-и далее).**

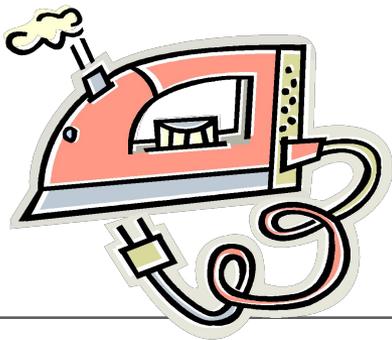


**В зависимости от этапа жизненного цикла товара субъекты рынка получают различную прибыль. Поэтому каждому этапу соответствует своя тактика маркетинга.**



# Характеристика этапов жизненного цикла товара

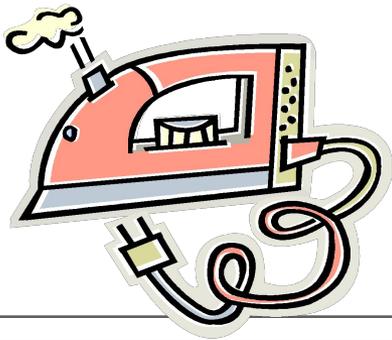
Признак	Внедрение	Рост	Зрелость	Спад
Технология				
Качество				
Издержки				
Цена				
Прибыль				
Поведение покупателей				
Спрос				
Тактика маркетинга				



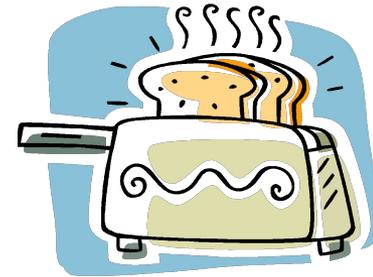
# ВНЕДРЕНИЕ



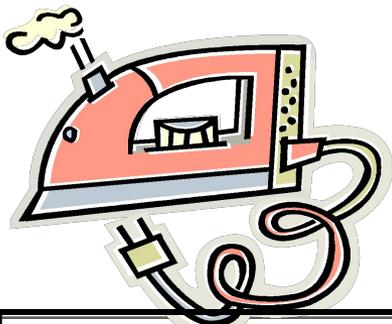
Признак	Характеристика
Технология	Требует доработки
Качество	Недостаточное
Издержки	Наиболее высокие
Цена	Очень высокая
Прибыль	Почти отсутствует
Поведение покупателей	Присматриваются, оценивают
Спрос (продажи)	Невелик, возрастает медленно
Тактика маркетинга	Активная рекламная компания, конкурентная борьба за рынок сбыта, политика гибких цен



# РОСТ



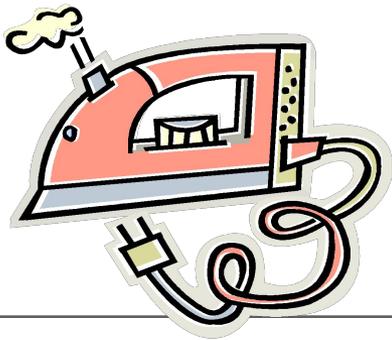
Признак	Характеристика
Технология	Достаточно отточена
Качество	Высокое
Издержки	Постепенно снижаются
Цена	Высокая
Прибыль	Возрастает, становится значительной
Поведение покупателей	Признание
Спрос (продажи)	Продажи увеличиваются лавинообразно
Тактика маркетинга	Улучшение качества товара, разработка новых моделей, освоение новых сегментов рынка и каналов сбыта, организация сервисного обслуживания, усиление рекламы



# ЗРЕЛОСТЬ



Признак	Характеристика
Технология	Хорошо отработана
Качество	Очень высокое
Издержки	Наиболее низкие
Цена	Постепенно снижается
Прибыль	Достигает своего максимума, а затем начинает снижаться
Поведение покупателей	Постепенное насыщение
Спрос (продажи)	Товар продается крупными партиями, спрос растет до определенного момента
Тактика маркетинга	Снижение цены, усиление конкурентной борьбы, расширение модельного ряда, расширение сервисного обслуживания, совершенствование рекламы (акции, розыгрыши, конкурсы)



# СПАД

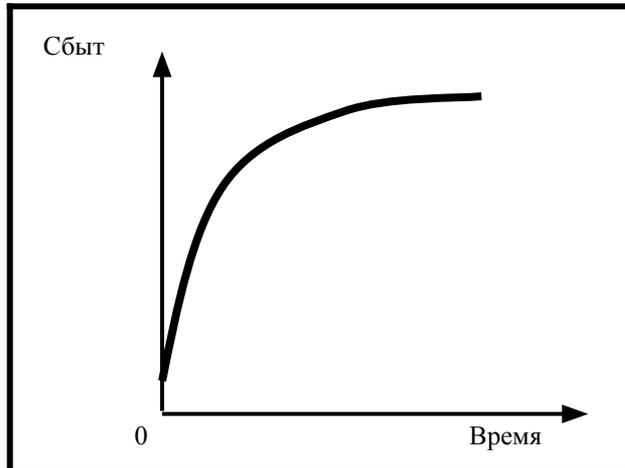


Признак	Характеристика
Технология	Хорошо отработана
Качество	Очень высокое
Издержки	Повышаются
Цена	Достаточно низкая
Прибыль	Постепенно, а затем резко снижается
Поведение покупателей	Насыщение
Спрос (продажи)	Медленно, а затем резко падает
Тактика маркетинга	<ul style="list-style-type: none"><li>• Поддержка угасающего спроса ещё большим снижением цен, сверхактивной и неординарной рекламы;</li><li>• Уход с рынка, распродажа остатков товара по сниженным ценам и начало производства нового товара.</li></ul>

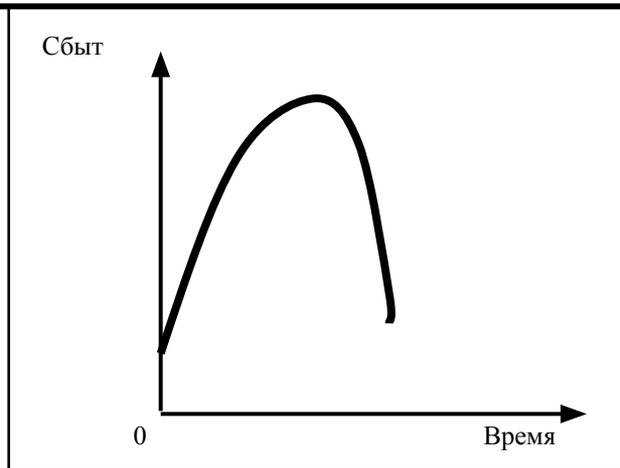
# **Факторы, влияющие на жизненный цикл товара :**

- 1. Свойства товара;**
- 2. Наличие товаров-заменителей и их конкурентоспособность;**
- 3. Затраты на производство единицы товара;**
- 4. Продолжительность спроса на товар.**

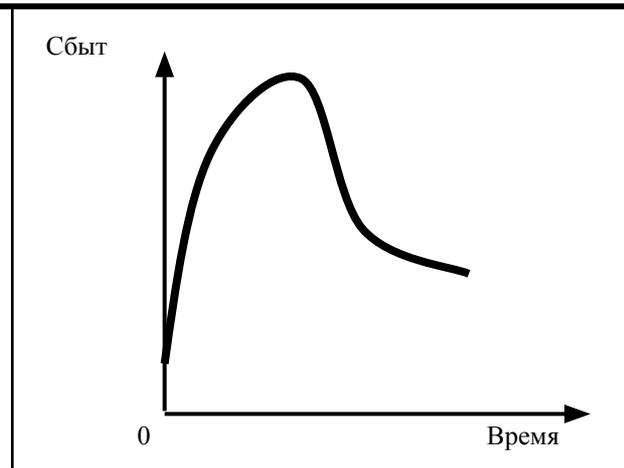
# Особые варианты жизненного цикла товара



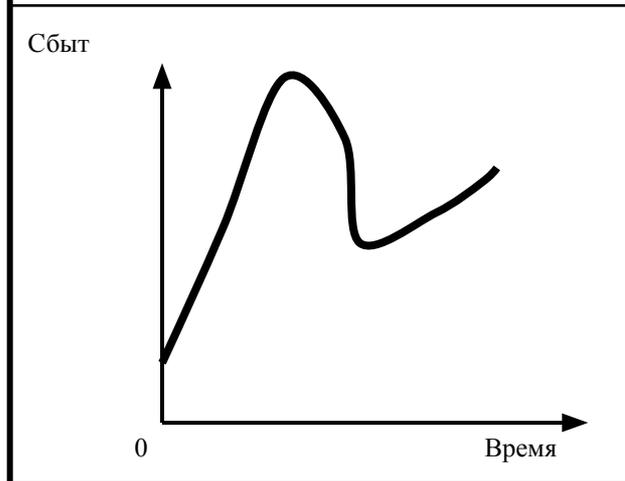
1. Кривая «Бум»



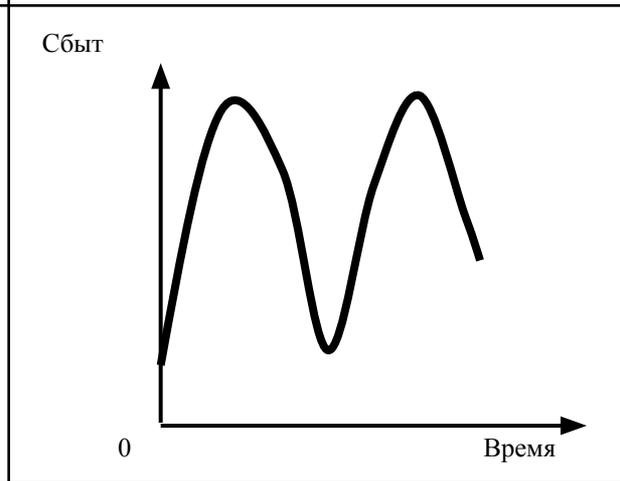
2. Кривая «Увлечение»



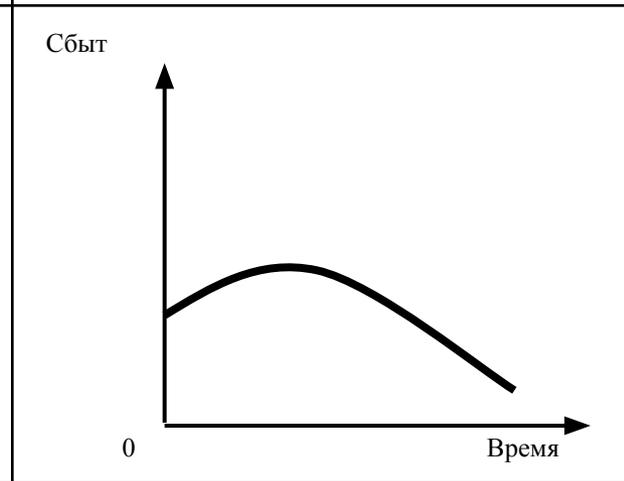
3. Кривая «Продолжительное увлечение»



4. Кривая «Возобновление»



5. Кривая «Мода»



6. Кривая «Провал»

# Тестовое задание

# Домашнее задание:

«Основы маркетинга» Н. П. Котерова стр. 74 – 77;

Записи в конспекте;

Таблица.

# Дополнительная литература:

«Маркетинг» Е. П. Михалева стр. 38 – 42;

«Основы маркетинга» Л. В. Кузнецова стр. 59 - 61.

Спасибо за внимание!

