



ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОВАРА

Выполнила: Аллазова Н.
Мирартыкова М.

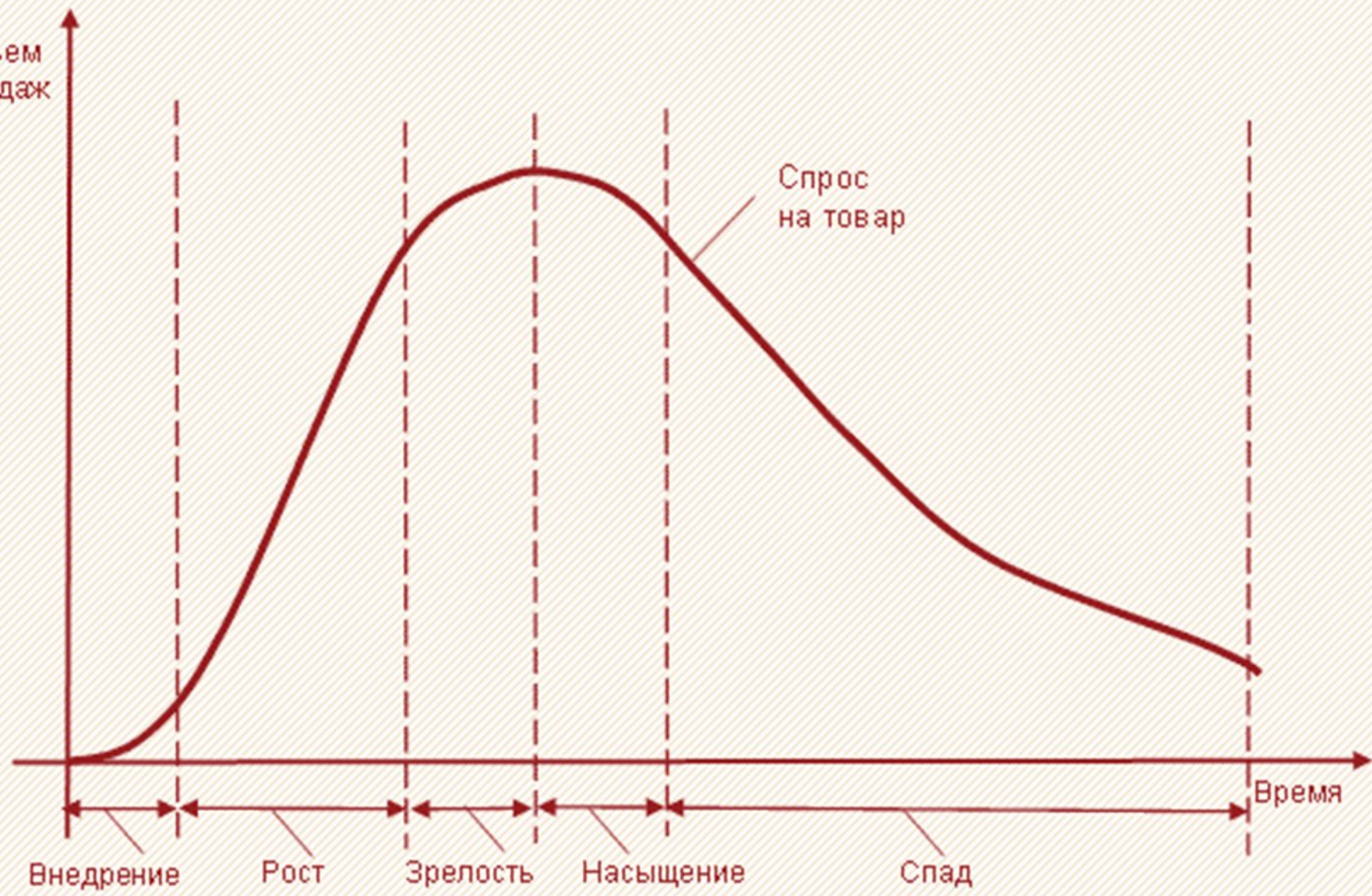
ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОВАРА - ЭТО

Период времени, в течение которого товар обращается на рынке, начиная от момента выхода его на рынок и заканчивая его уходом с рынка. Одно из фундаментальных понятий концепции современного маркетинга

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОВАРА СОСТОИТ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ ЭТАПОВ:

- 1) Поступление товара в широкую продажу.
- 2) Рост объема продаж товара вследствие наличия и увеличения спроса.
- 3) Период зрелости, когда достигается максимальный объем продаж.
- 4) Резкий спад объема продаж, снижение прибыли.

Объем продаж



Спрос на товар

Внедрение

Рост

Зрелость

Насыщение

Спад

Время

УСКОРЕНИЕ РОСТА СПРОСА

Потребность в конкретном товаре требует бурного развития соответствующего производства, рыночная среда характеризуется наличием нескольких конкурентов и значительным объемом потенциальных потребностей.

ЗАГУЛАННЯ, СПАД СПРОСА

Вызывается как уменьшением потребления той или иной ценности, так и изменениями состояния демографических и экономических характеристик окружающей среды.

РОСТ

Стадия роста объема продаж характеризуется быстрым ростом объема продаж, обусловленного признанием продукта со стороны потребителей, прибыльность растет, относительная доля затрат на маркетинг, как правило, падает, цены постоянны или немного падают.

ЗРЕЛОСТЬ

На **стадии зрелости** рост объема продаж замедляется и даже начинает падать, так как продукт уже приобретен большинством потенциальных потребителей, усиливается конкуренция, затраты на маркетинг обычно возрастают, возможно снижение цен, прибыль стабилизируется или снижается. При модернизации продукта и /или рыночных сегментов возможно продление данной стадии.

УПАДОК, УХОД С РЫНКА

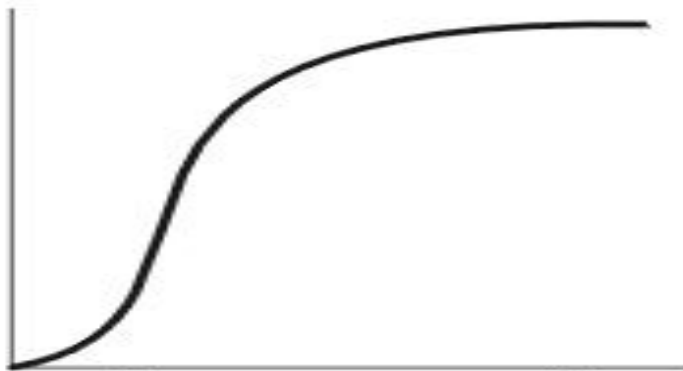
Для данной фазы жизненного цикла товара характерно значительное снижение объёмов продаж вплоть до полного падения спроса на данный товар. Прибыль резко снижается до нуля.

ТРАДИЦИОННАЯ И КЛАССИЧЕСКАЯ КРИВАЯ

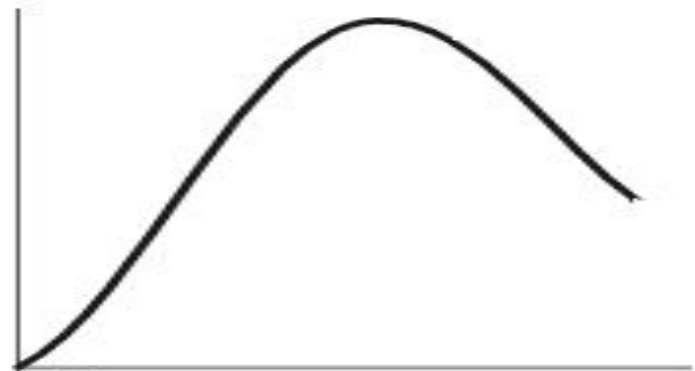
- 1) Включает отчетливые периоды внедрения, роста, зрелости, насыщения и спада.
- 2) Описывает чрезвычайно популярный продукт со стабильным сбытом на протяжении долгого времени.

КРИВАЯ УВЛЕЧЕНИЯ

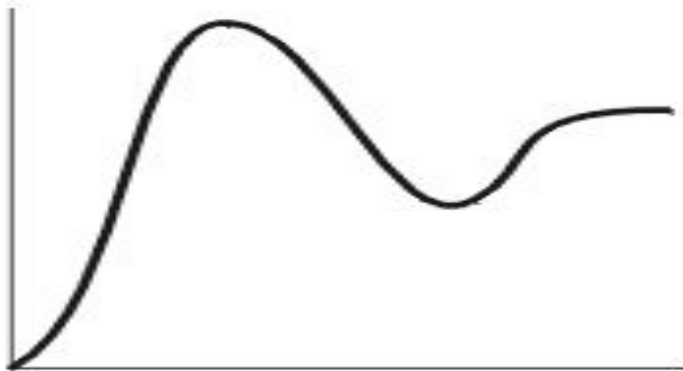
Описывает чрезвычайно популярный продукт со стабильным сбытом на протяжении долгого времени. Сезонная кривая, или кривая моды, имеет место, когда товар хорошо продается в течение периодов, разнесенных во времени.



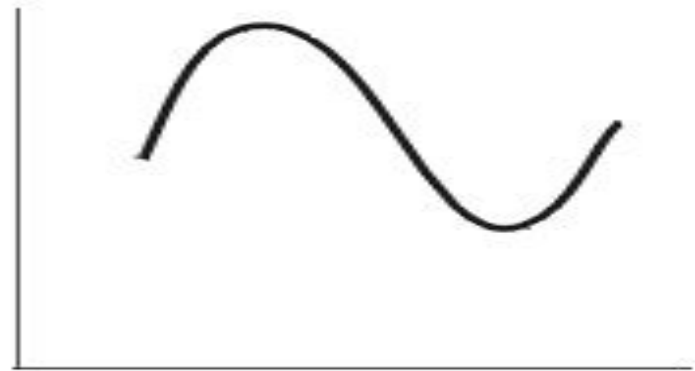
а) продолжительный бум



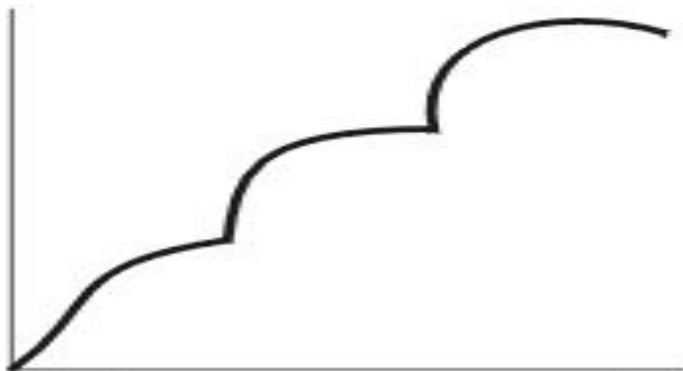
б) кратковременное увлечение



в) возобновление спроса



г) сезонность, мода



д) нахождение новых сфер применения продукта



е) неудачный продукт

КРИВАЯ ВОЗОБНОВЛЕНИЯ И ПРОВАЛА

- 1) Или ностальгии, характеризует продукт, на который по истечении определенного времени спрос возобновляется.
- 2) Раскрывает обычно поведение товара, который вообще не имеет рыночного успеха.

ВЫВОД

«Экономический рост состоит не в увеличении производства вещей, а в увеличении богатства.

А богатство – это все то, что ценят.

Материальные предметы могут, естественно, вносить свой вклад в богатство, и в некотором смысле они критически важны для производства богатства».