Выполнила Амандыкова Асия
Группа фин-11-802

ПРОДУКЦИЯ И РЫНОК: ПОНЯТИЕ ТОВАРА, ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ, ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ ТОВАРОВ, ПАРАМЕТРЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА РЫНОК.

ПОНЯТИЕ ТОВАР

- Человеческие нужды, потребности и запросы наводят мысль о существовании товаров для их удовлетворения. Товар мы определяем следующим образом:
- Товар - все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления.

- Предположим, женщина испытывает нужду выглядеть красивой. Все товары, способные удовлетворить эту нужду, мы называем товарным ассортиментом выбора. Этот ассортимент включает в себя косметику, новую одежду, и т.д. Не все эти товары желательны в одинаковой степени.

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ

Рис. 1.1. Факторы ценообразования

МЕЖВРЕМЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОГРАНИЧЕНИЕ

БЮДЖЕТНОЕ ОГРАНИЧЕНИЕ ПО ОТНОШЕНИЮ К РАСХОДАМ И ПОСТУПЛЕНИЯМ БОЛЕЕ ЧЕМ НА ОДИН ПЕРИОД.

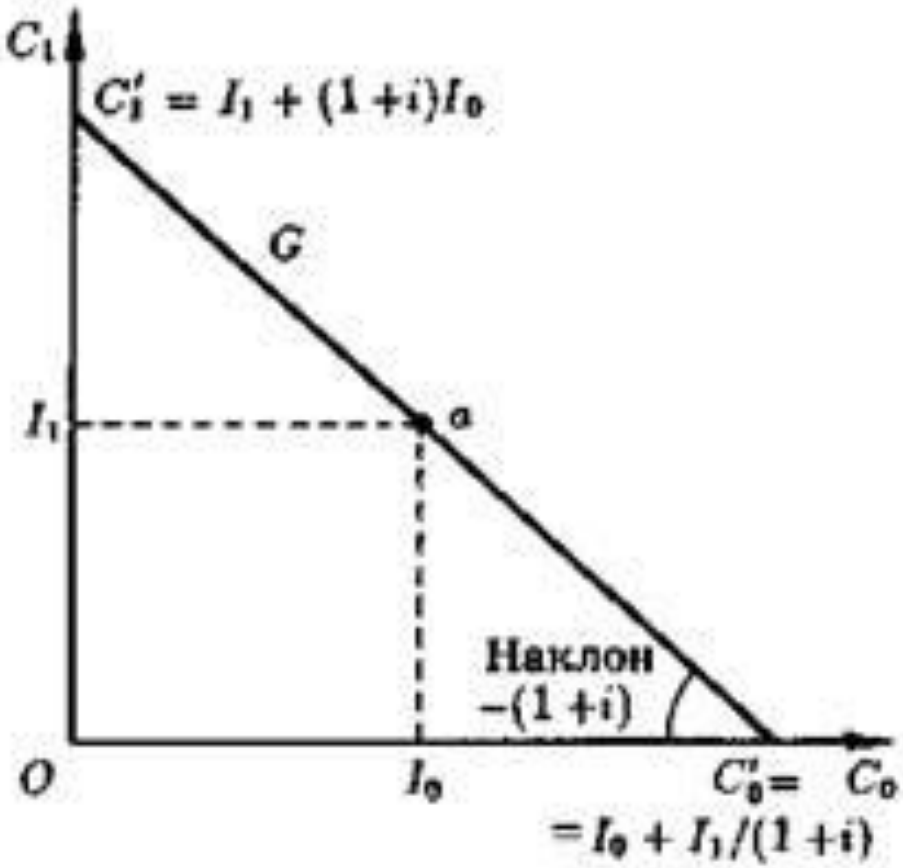


Рис. 13.11. Межвременное бюджетное ограничение.

КРИВАЯ БЕЗРАЗЛИЧИЯ

ДИАГРАММА, ПРЕДСТАВЛЯЮЩАЯ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА. ЕСЛИ КОЛИЧЕСТВА ДВУХ ПОТРЕБЛЯЕМЫХ ТОВАРОВ ПОКАЗАНЫ НА ОСЯХ КООРДИНАТ, КРИВАЯ БЕЗРАЗЛИЧИЯ СВЯЗЫВАЕТ КОМБИНАЦИИ ДВУХ ТОВАРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ РАВНОЕ БЛАГОСОСТОЯНИЕ. КОМБИНАЦИИ ВЫШЕ КАКОЙ-ЛИБО КРИВОЙ БЕЗРАЗЛИЧИЯ ПРЕДПОЧИТАЮТ ПО СРАВНЕНИЮ С ТЕМИ, КОТОРЫЕ РАСПОЛОЖЕНЫ НА НЕЙ, А ПОСЛЕДНИЕ ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНЕЕ ТЕМ, РАСПОЛОЖЕННЫХ НИЖЕ. КРИВЫЕ БЕЗРАЗЛИЧИЯ ДЛЯ ЛЮБОГО ИНДИВИДА НЕ МОГУТ ПЕРЕСЕКАТЬСЯ.

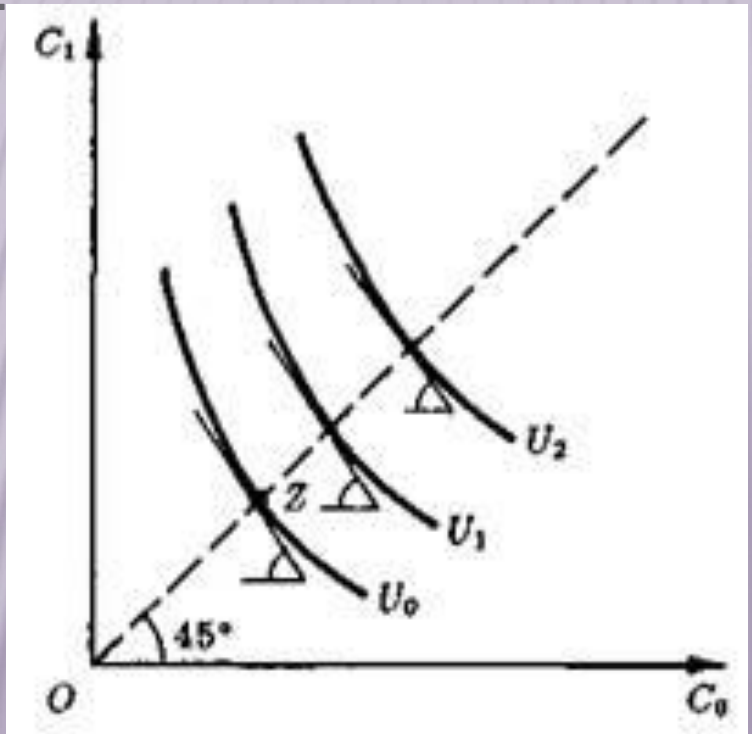
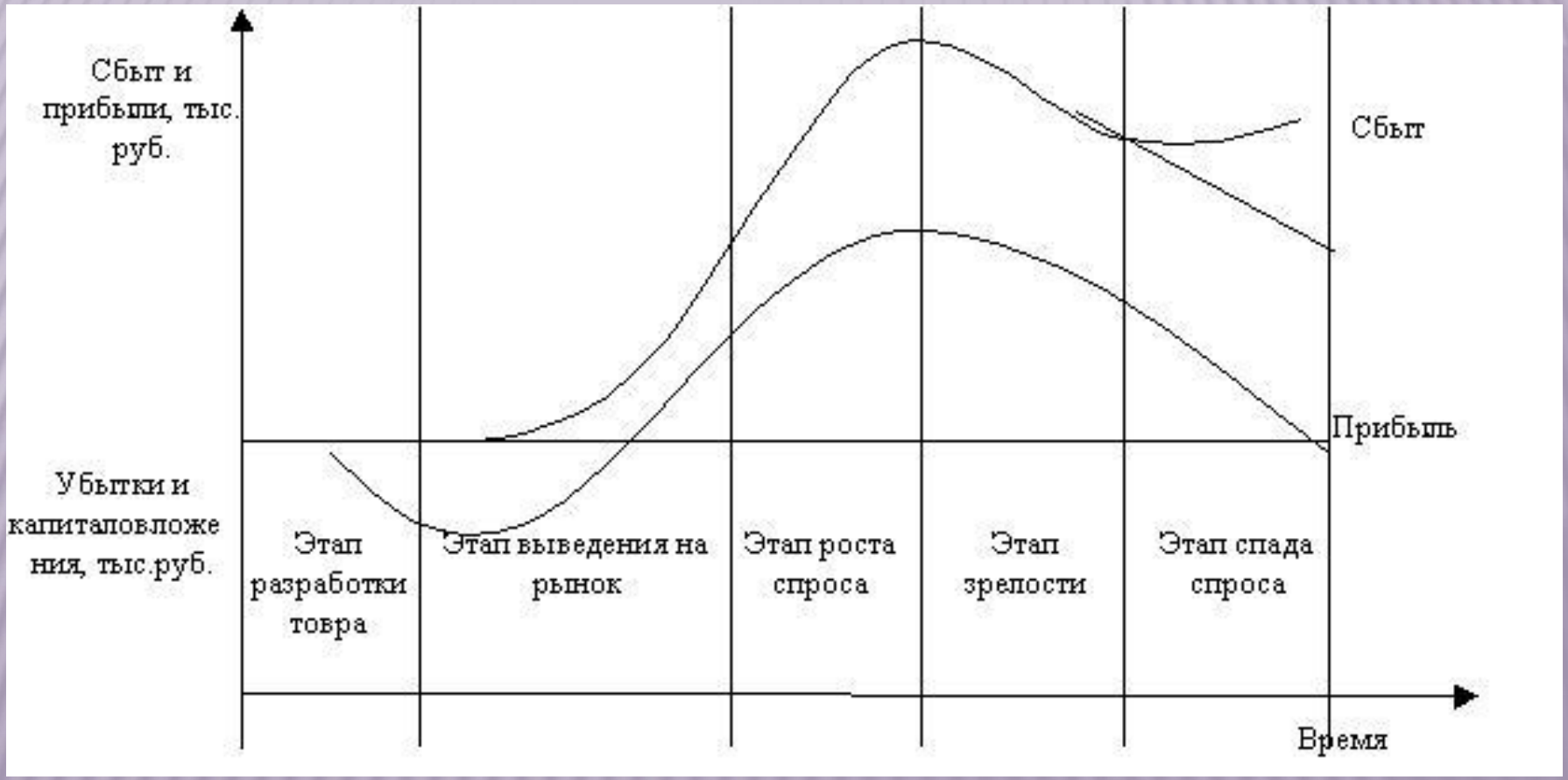


Рис. 13.12. Кривые безразличия нетерпеливого.


Сбыт и прибыли, тыс. руб.
Сбыт
Прибыль
Убытки и капиталовложения, тыс.руб.
Этап разработки товра
Этап выведения на рынок
Этап роста спроса
Этап зрелости
Этап спада спроса
Время

ПЕРИОД ОТ ВЫВОДА ТОВАРА НА РЫНОК ДО СНЯТИЯ ЕГО С ПРОИЗВОДСТВА. ДЛИТЕЛЬНОСТЬ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА НЕ ОДИНАКОВА У РАЗНЫХ ТОВАРОВ.

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОВАРОВ МОЖНО РАЗДЕЛИТЬ НА НЕСКОЛЬКО ОСНОВНЫХ ЭТАПОВ:

- Этап выведения товара на рынок
- Характеризуется очень высокой степенью неопределенности результатов, поскольку заранее трудно определить будет ли иметь успех новый товар.
- Маркетинговые усилия предприятия направлены на информирование потребителей и посредников о новом товаре.
- На этой стадии у предприятия высокие затраты на маркетинг, издержки производства так же высоки в связи с малым объемом выпуска.
- Прибыли на данном этапе нет.

- **Этап роста**
- Характеризуется быстрым развитием продаж.
- Если товар оказался успешным и перешел в фазу роста, у производителя начинают снижаться затраты на производство товара в связи с ростом объема выпуска и реализации цены.
- Цены могут понижаться, что может позволить предприятию постепенно охватить весь потенциальный рынок.
- Маркетинговые затраты продолжают оставаться высокими.
- На данном этапе у предприятия, как правило, появляются конкуренты.

- Этап зрелости
- Объем спроса достигает максимума.
- Рынок на данном этапе сильно сегментирован, предприятия стараются удовлетворить все возможные потребности. Именно на этом этапе вероятность повторного технологического совершенствования или модификация товара наиболее эффективна.
- Главная задача предприятия на данном этапе — сохранить, а по возможности расширить свою долю рынка и добиться устойчивого преимущества над прямыми конкурентами.

- Этап упадка
- Проявляется в снижении спроса.
- Поскольку объем продаж и перспективы прибыли снижаются, некоторые фирмы сокращают свои инвестиции и покидают рынок. Другие фирмы наоборот стараются специализироваться на остаточном рынке, если он представляет экономические интерес или спад происходит постепенно. Однако за исключением иногда наблюдаемых случаев возрождения рынка, прекращение выпуска технологически устаревшего товара становится неизбежным.

MedikForum.ru

ВЗАИМОСВЯЗЬ ТОВАРОВ

- Это взаимоотношение, контакт, связь товаров между друг другом.
- Существуют заменители товаров (субституты)

ПРОДУКЦИЯ

- *Как правило, продукция предназначена для удовлетворения потребностей.*
- Существуют четыре общие категории продукции:
- услуги (например, перевозки);
- программные средства (например, компьютерная программа, словарь);
- технические средства (например, узел двигателя);
- перерабатываемые материалы (например, смазка).

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ