

Жизненный цикл товара

Выполнила:
Вяткина Виктория
Уч-ся группы 036
Проверила:
Шипаева Л.С

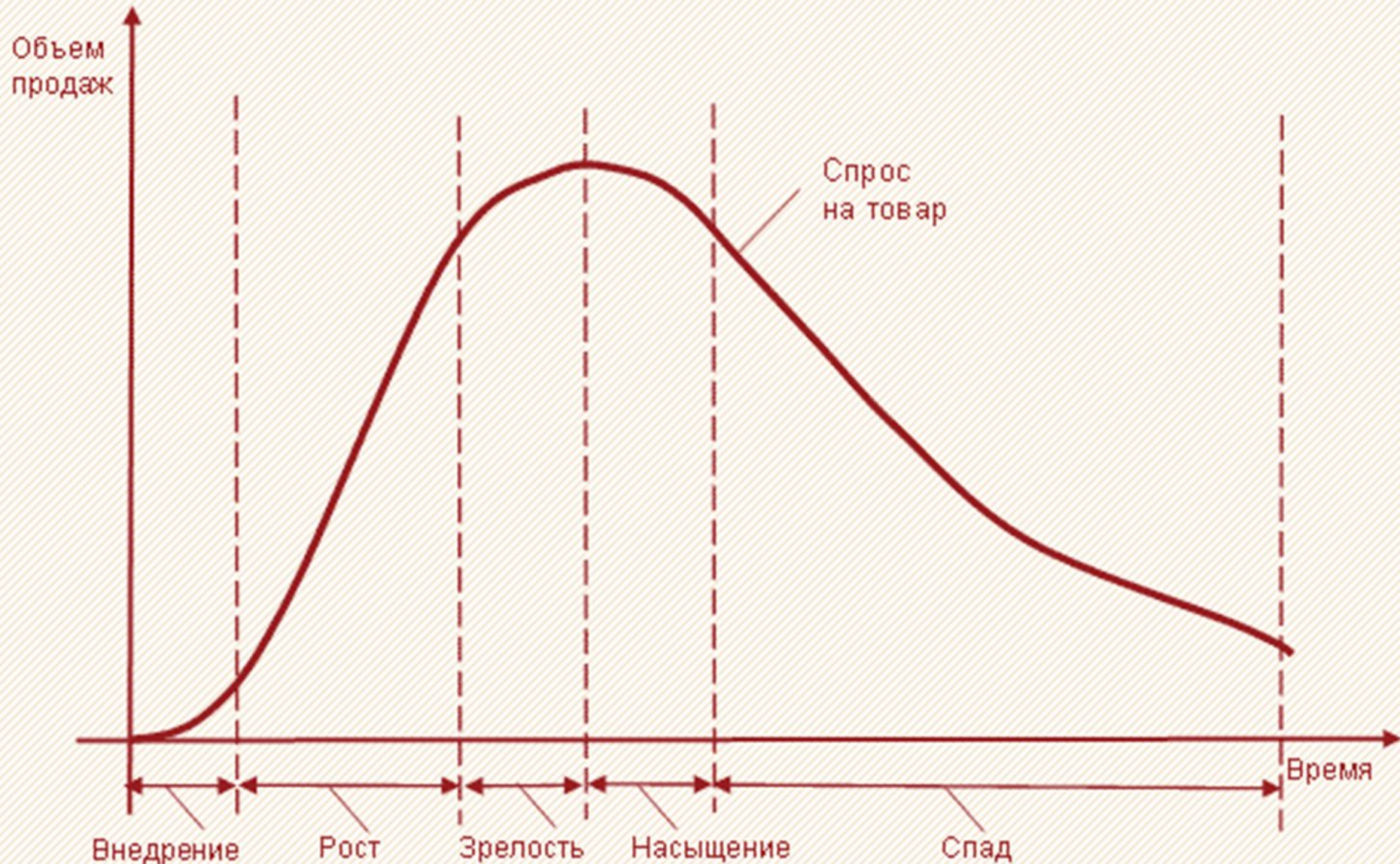
Жизненный цикл товара - это

- 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) Период зрелости, когда достигается максимальный объем продаж.
- 5) Резкий спад объема продаж, снижение прибыли.

Схема жизненного цикла



Зарождения спроса

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

Ускорение роста спроса

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

Замедление роста спроса

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

Затухание, спад спроса

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

Рост

Период быстрого роста объёма продаж, если товар принят рынком и спрос на него растёт. Прибыль также возрастает по мере увеличения объёма продаж.

Зрелость

Период быстрого роста объёма продаж, если товар принят рынком и спрос на него растёт. Прибыль также возрастает по мере увеличения объёма продаж.

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.

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».