

# Теория потребительского поведения

# Понятие товара

**Товар** – это продукт труда, произведенный для продажи с целью обмена на другие продукты труда или деньги.

# Признаки классификации товаров

- По цели применения
- По характеру потребления
- По поведению потребителей
- В зависимости от того, чьи потребности удовлетворяет тот или иной товар

## Объект торговли

Объектами торговли могут быть:

- вещественные объекты;
- услуги;
- аренда основных средств;
- лицензии на изобретения, производственные и коммерческие секреты, ноу-хау, право на использование товарного знака, названия и т.д. включая имидж.

# Определение товара с точки зрения маркетинга

**Товар** - это не предмет сам по себе, а средство, комплекс для решения проблемы потребителя наилучшим образом

# Свойства товаров

В процессе обмена у товара появляются два свойства:

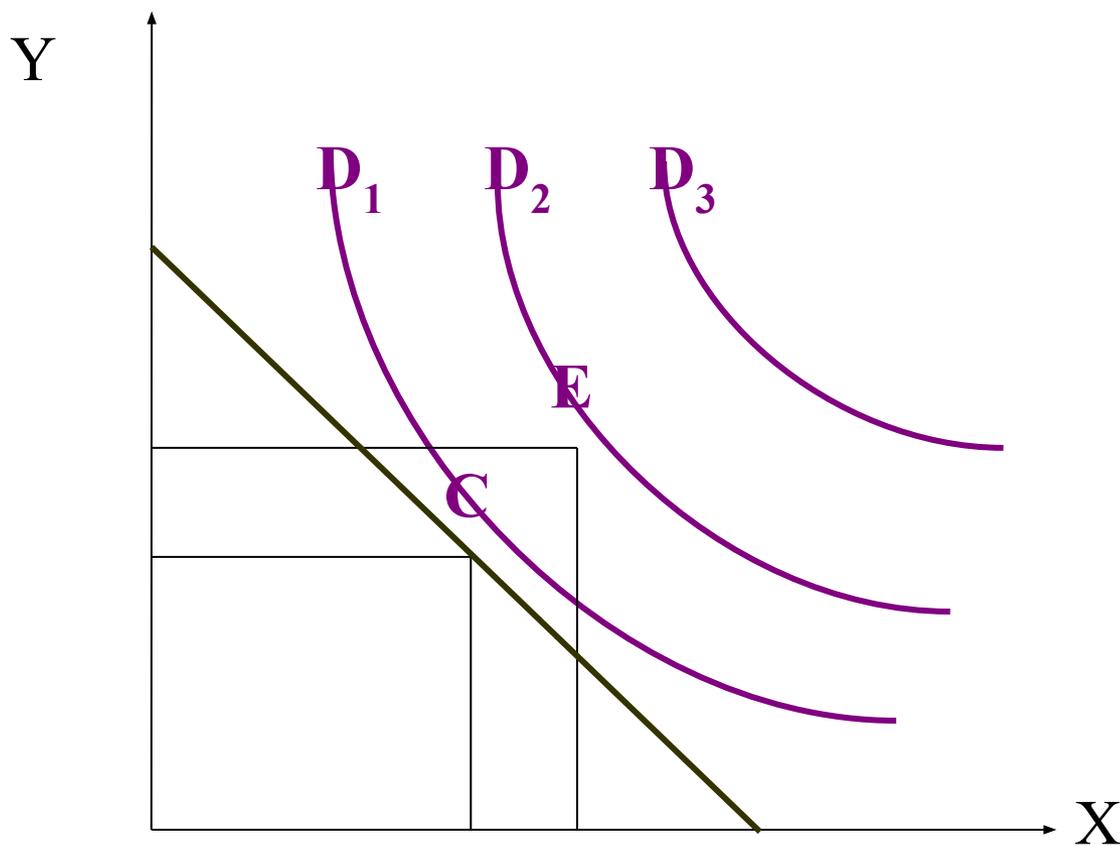
- Обладать общественной полезностью
- Обладать меновой стоимостью

## Предельная полезность товара

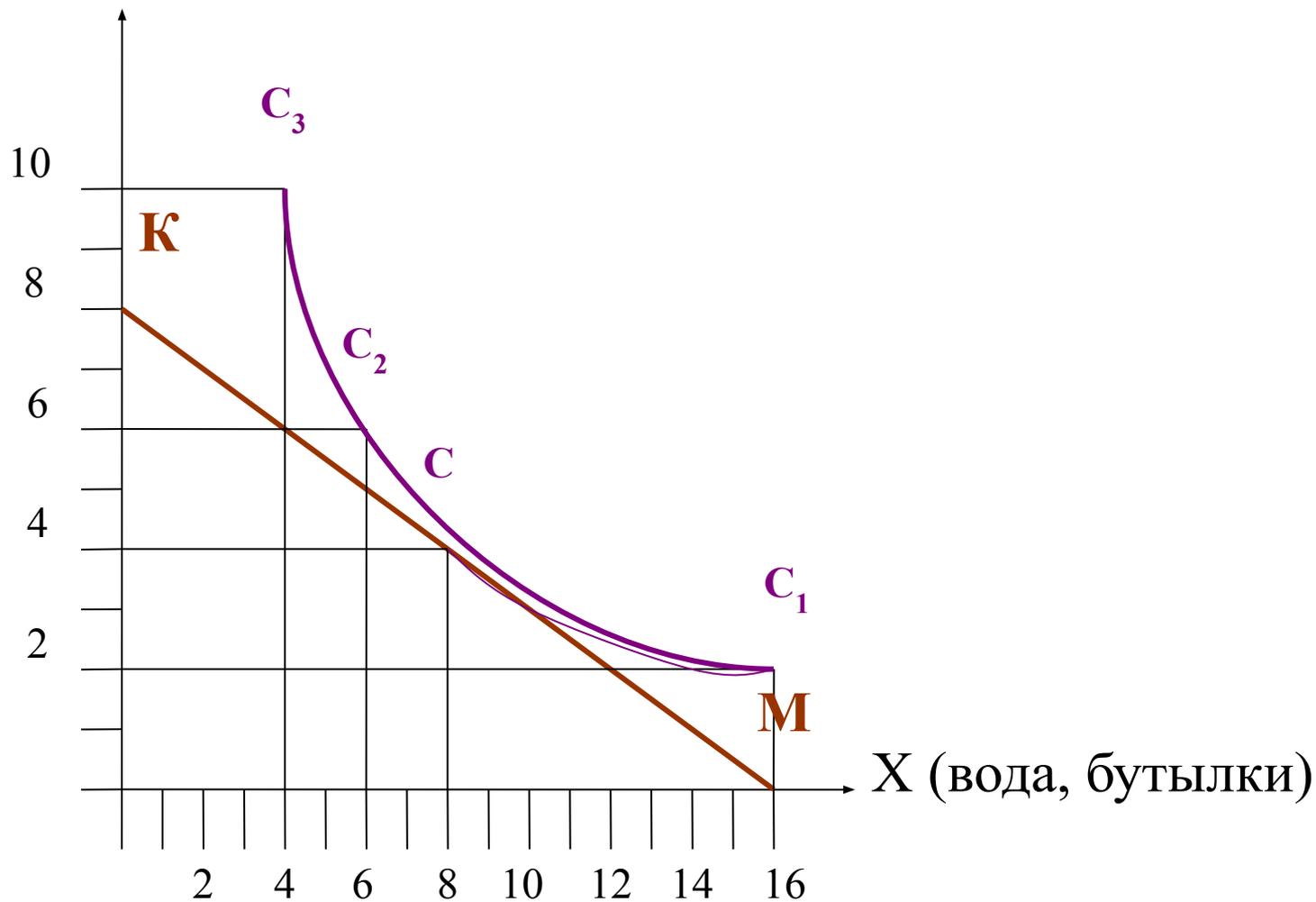
**Предельная полезности товара (блага)** - это полезность единицы (наименьшая польза) из имеющегося запаса данного вида продукта.

**Закон убывающей предельной полезности:** Предельная полезность вещи для потребителя убывает с каждым приростом того его количества, которое есть в его распоряжении в данный период времени

# Потребительский выбор

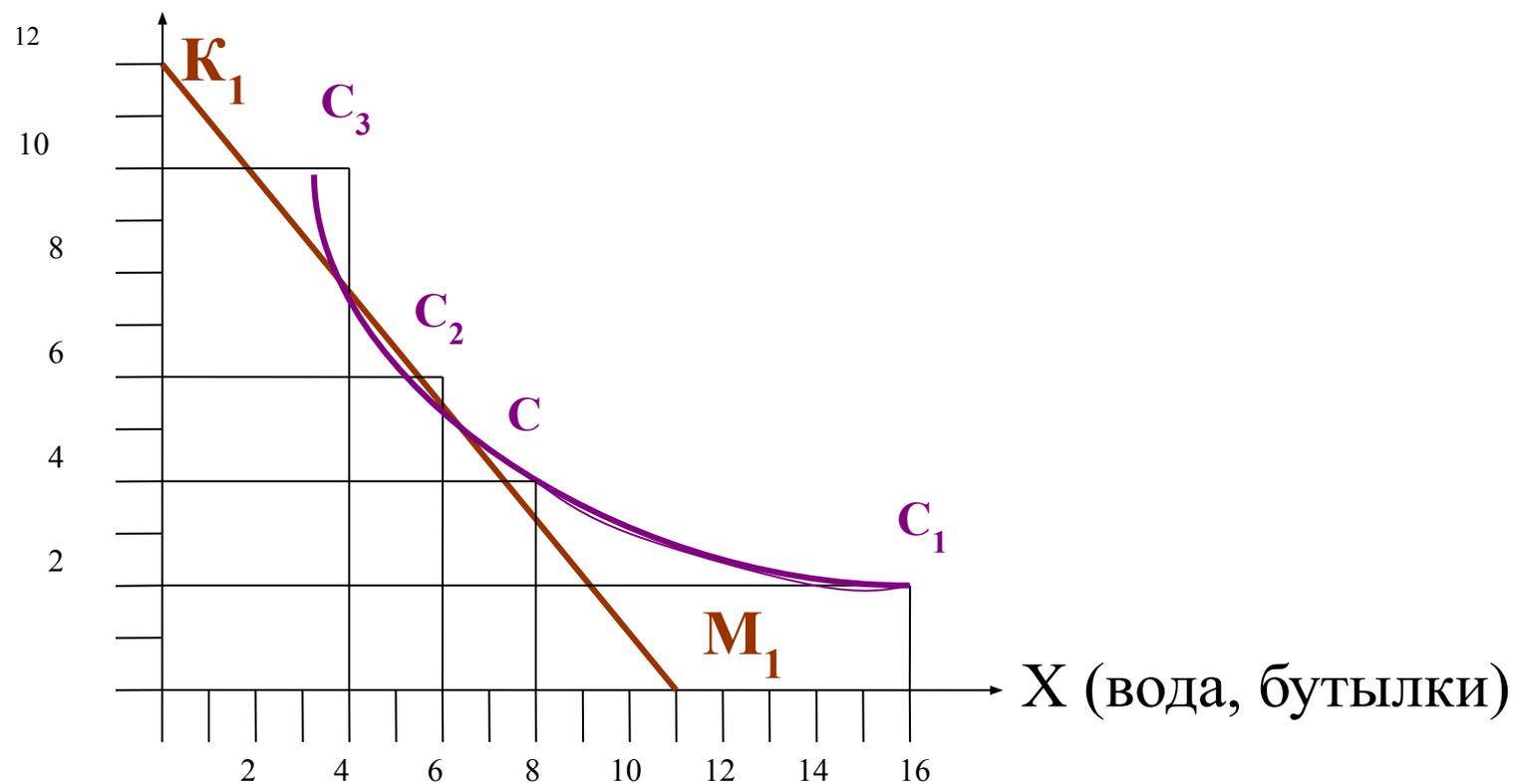


Y (пицца, шт.)



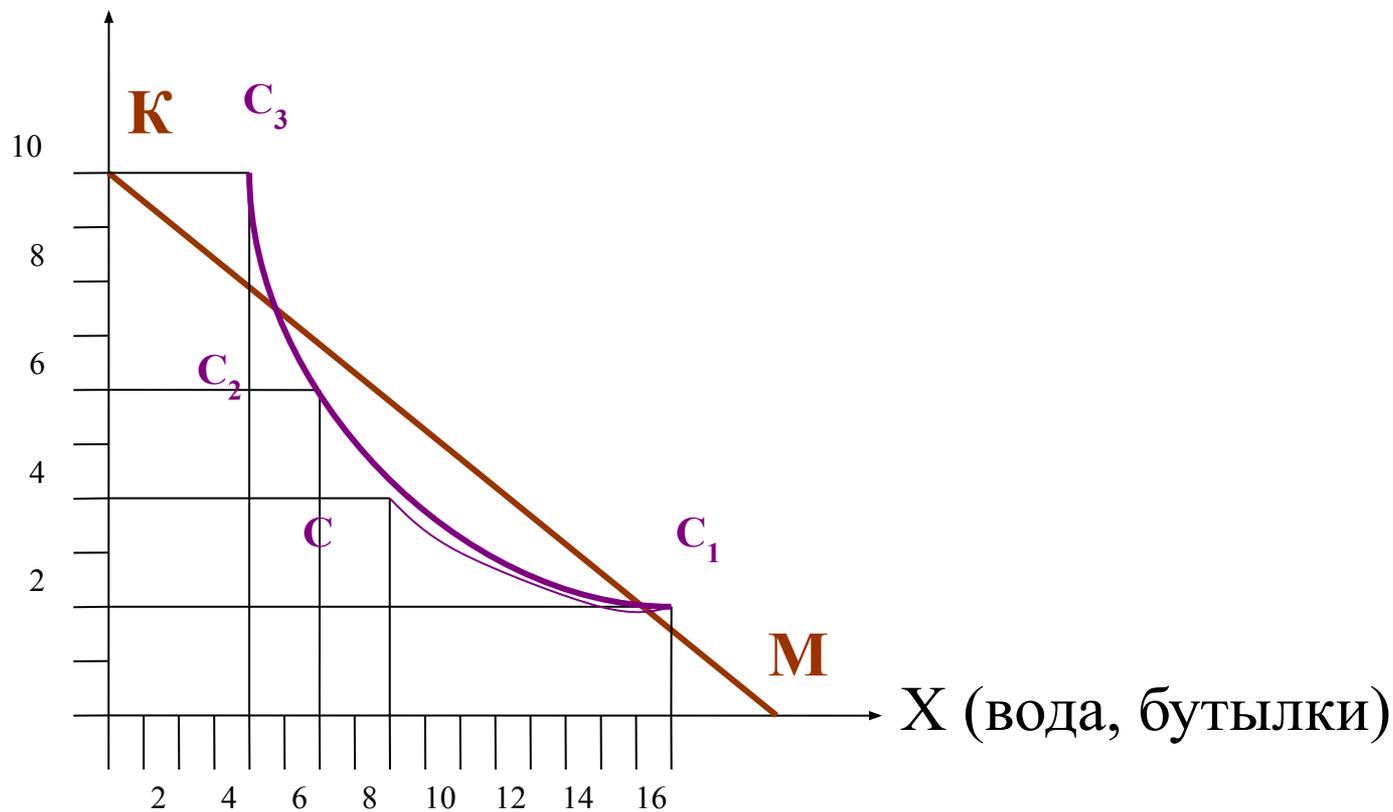
# Эффект замещения

Y (пицца, шт.)



# Эффект дохода

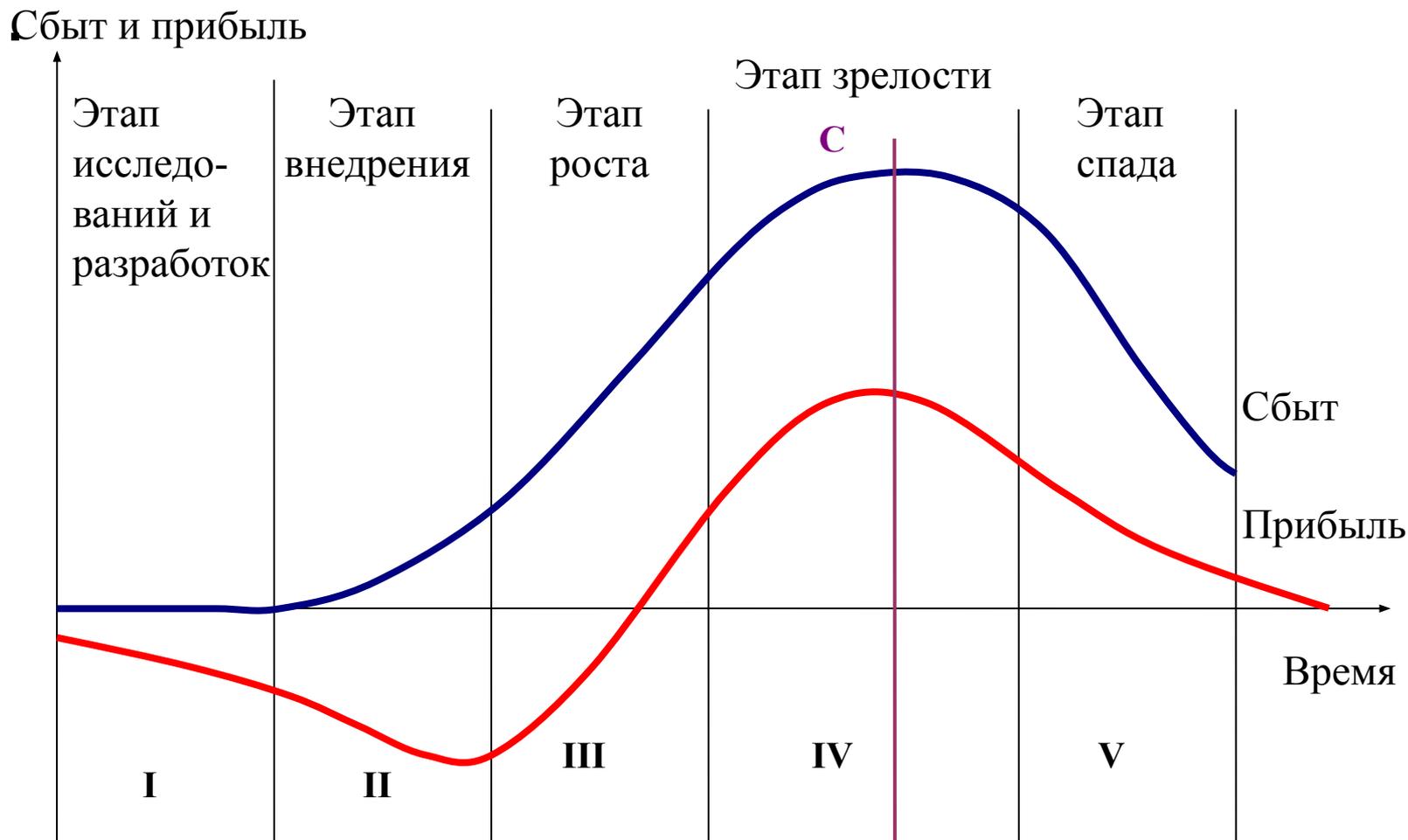
Y (пицца, шт.)



# Характеристики товара

- жизненный цикл товара;
- степень новизны товара;
- параметрический ряд товара;
- качество товара;
- товарный шлейф.

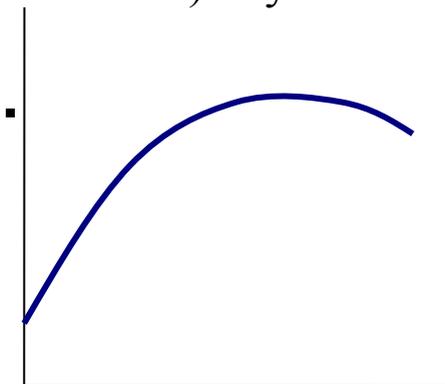
# Жизненный цикл товара



**Жизненный цикл товара и кривая связанной с ним прибыли**

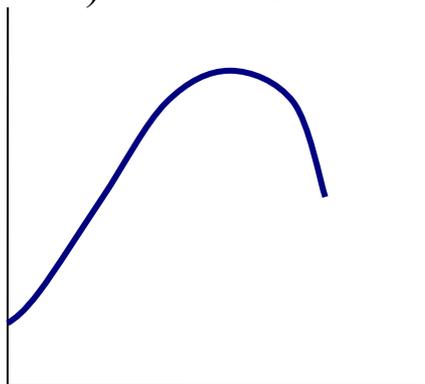
# Виды ЖЦТ

а) “Бум”



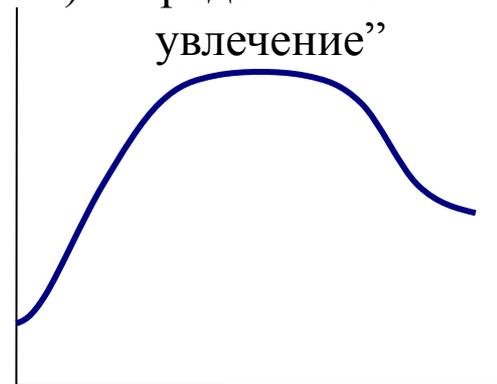
Продажи  
Время

б) “Увлечение”



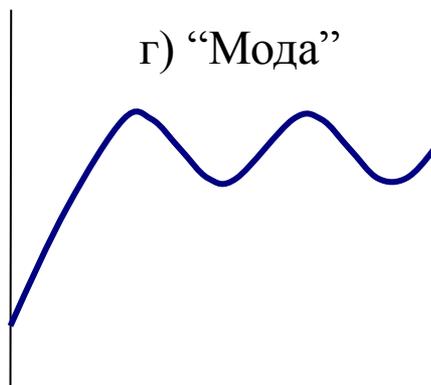
Продажи  
Время

в) “Продолжительное увлечение”



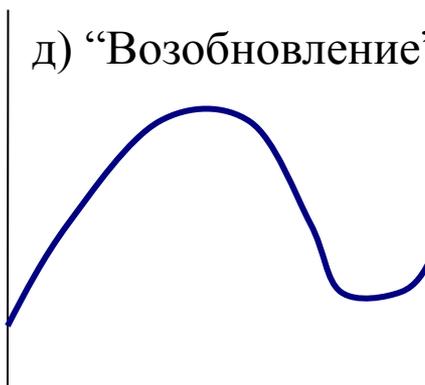
Продажи  
Время

г) “Мода”



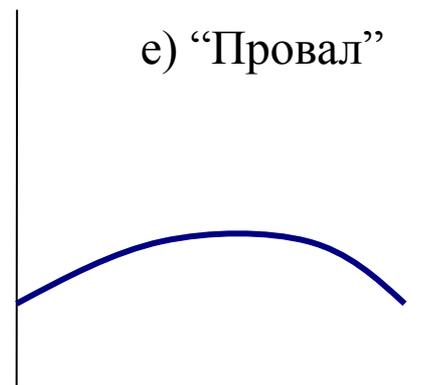
Время

д) “Возобновление”



Время

е) “Провал”



Время

## Виды отдельных жизненных циклов

## Степень новизны товара

- Товар, не имеющий аналогов на рынке, являющийся оригинальным итогом принципиально новых открытий и изобретений, являющихся следствиями качественных прорывов в науке.
- Товар, который имеет весомое качественное усовершенствование по отношению к товарам-аналогам, имеющимся на рынке.
- Товар, который уже был на рынке, после чего был усовершенствован так, что его свойства принципиально не изменились.
- Товар рыночной новизны, т.е. новый только для данного рынка.
- Старый товар, успешно нашедший себе новую сферу применения.

## Параметрический ряд товара

Характеризует виды или варианты товара по мощности, по функциям, по производительности, либо по какому-то другому признаку, характеризующему данный товар.

## Качество товара

**Качество товара** - совокупность характеристик, отвечающих на вопрос “какой товар (продукт) произведен?”.

В эти характеристики входят:

- надежность в работе и долговечность;
- экологичность;
- эргономичность;
- эстетичность;
- соответствие назначению, технология изготовления и т.д.

# Товарный шлейф

Дополнительные устройства и услуги к первоначальной покупке

# Формула товара в маркетинговом значении

Товар = Продукт + Поддержка (транспорт, упаковка, документация, сопутствующие товары и услуги) + Инструменты маркетинга

**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ**