

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ СМЕНЫ ЖИЗНЕННЫХ ЦИКЛОВ ТОВАРОВ**

Жизненный цикл товара представляет собой определенную, неизменную и необратимую последовательность фаз (стадий) нахождения его на рынке, имеющих определенные временные и экономические рамки. У различных товаров разный жизненный цикл – от нескольких дней до десятков и более лет.

Основная задача в области маркетинга – это внимательное слежение за всеми стадиями жизненного цикла товаров. Форма кривой жизненного цикла, продолжительность его стадий чаще всего зависит от наиболее характерных потребительских свойств товара, качества товаров заменителей, степени соответствия запросам потребителей, уровня затрат на производство. Вторым важным фактором является состояние рынка и характер конкуренции на нём. Поэтому жизненные циклы отдельных групп товаров могут существенно отличаться от классической формы – у них могут наблюдаться всплески, колебания, затягивание отдельных участков и т.д.

Смена жизненного цикла товара подчиняется требованиям следующих законов:

1. Закону возвышения потребностей;
2. Закону ускорения темпов.

Закон возвышения потребностей заключается в том, что каждая удовлетворённая потребность образует основу для возникновения новых, более высоких потребностей и одновременно создаёт предпосылки для их удовлетворения. Таким образом, закон возвышения потребностей приводит к необходимости разработки товаров с более высокими потребительскими свойствами (скорость, комфортность, безопасность). Кроме того, возрастают и объёмы реализации этих товаров в натуральном и денежном выражении.

В соответствии с законом ускорения темпов общественного развития все процессы, протекающие в обществе и приводящие к конечному результату, обнаруживают тенденцию к ускорению их протекания.

Как следствие этих законов, ускоряется также процесс создания и обновления новых образцов продукции, сокращения жизненного цикла товара.

Изучив действие этих законов, можно совершенствовать деятельность по планированию и разработке новых товаров. Данные законы позволяют прогнозировать не только появление новых типов товаров и их закономерную смену, но и важнейшие параметры ещё не разработанных товаров.

Непрерывная последовательность смены жизненных циклов товаров обуславливает ряд принципиально важных обстоятельств.

Во-первых, разработка новых товаров (новых поколений товаров) на смену старым товарам должна происходить в недрах еще относительного благополучия старых товаров. Поэтому разработка новых товаров на перспективу, на смену имеющимся товарам, должна иметь характер закона для любой фирмы.

Во-вторых, новый товар должен обладать не только более высокими потребительскими свойствами, но и должен быть рассчитан на более массового покупателя. Для этого необходимо продумать вопросы, связанные с созданием модификаций товара, предназначенных для покупателей с различными доходами, потребностями, вкусами и т.д. Кроме того, следует побеспокоиться о том, чтобы затраты на новый товар были не слишком велики.

Литература:

1. Интернет-портал [Электронный ресурс] / Смена жизненных циклов товара. – 2014. Режим доступа: <http://www.peo.su/> – Дата доступа: 05.05.2014.