Практичне заняття 9

**Тема: Життєвий цикл товару.**

Завдання 1.

Розгляньте життєві цикли продуктів, яких більше немає на ринку. З їх допомогою ознайомтесь з особливостями кожного етапу і дізнаєтесь, як відбувався процес спаду потреби на товар. Зробіть висновки до ситуаційної задачі, використовуючи питання для обговорення.

*Ситуаційна задача 1*

**Кабельне телебачення**

Ви пам’ятаєте, як було незручно перемикати купу каналів, перш ніж знайти фільм чи серіал, який можна подивитися? Що ж, тепер ті часи точно в минулому. Причина, чому кабельне телебачення більше не користується популярністю, полягає в тому, що воно вступило в стадію спаду. Стримінгові сервіси, такі як Netflix, HBO та Hulu, стали основними конкурентами кабельного телебачення, зрештою витісняючи його з ринку. Давайте обговоримо кожен етап життєвого циклу кабельного телебачення.

Етап ***розробки***кабельного телебачення розпочався в першій половині 20 ст. У 1950 році віен перейшов до етапу ***виходу на ринок***— це був момент, коли система комерційного телебачення була представлена громадськості. Через десятиліття кабельне телебачення набуло ***зростання***і популярності у 1980-х роках, коли більше 15 мільйонів сімей мали кабельне телебачення. У 1990-х роках кабельне телебачення вступило в стадію ***зрілості***.

Початок 21 століття — період, коли кабельне телебачення досягло піку своєї популярності. Ринок переповнився конкурентами, які пропонували більш привабливі та сучасні продукти, такі як HDTV — це був етап ***насичення***. Кабельне телебачення спіткав ***спад***, коли в 2015 році Netflix захопив ринок своїми сучасними можливостями та найсвіжишими фільмами.

Питання для обговорення:

1. Які основні причини спаду популярності кабельного телебачення вказуються в кейсі?
2. Які стрімінгові сервіси вказуються як основні конкуренти кабельного телебачення?
3. Які основні події та технологічні зміни в історії кабельного телебачення вплинули на його життєвий цикл?
4. Які ключові етапи життєвого циклу кабельного телебачення зазначені у кейсі?
5. Які наслідки для галузі телебачення виникли внаслідок конкуренції від стрімінгових платформ?
6. Як технологічні та культурні зміни впливають на ринок телевізійних послуг у сучасному світі?

*Ситуаційна задача 2*

### Портативний касетний плеєр

Касетний програвач є ще одним чудовим прикладом продукту, який зараз не використовується. Люди використовували портативні плеєри для прослуховування записаних пісень. **Розробка**товару відбувалася, коли різні компанії працювали над найбільш підходящою формою програвача в 1950-х роках. Перший зручний портативний касетний програвач**вийшов на ринок**у 1979 році. Після того, як він був запущений, продукт добре продавався та пережив **зростання**, досягнувши свого піку в 1980-х роках.

Хоча касетні плеєри добре продавалися під час етапу **насичення**, нові конкуренти почали завойовувати увагу клієнтів. Продукт більше не користувався попитом, коли були винайдені компакт-диски, і люди більше не хотіли слухати музику за допомогою касет у 1979 році. Попит на портативні касетні програвачі почав **спадати**, а компакт-диски випередили його в 1990-х роках.

Щоб бути в курсі змін трендів, вам потрібно відстежувати життєвий цикл товару та його етапи. Сподіваємося, ця стаття допомогла вам зрозуміти, як представити свій продукт клієнтам і ефективно провести його через усі етапи життєвого циклу.

Питання для обговорення:

1. Які були основні кроки у розробці портативного касетного плеєра, що вивели його на ринок у 1979 році?

2. Які чинники сприяли успіху портативного касетного плеєра та його зростанню в 1980-х роках?

3. Які конкуренти виникли на ринку та як вони вплинули на популярність касетних плеєрів?

4. Які технологічні інновації або зміни в музичній індустрії призвели до спаду популярності портативних касетних програвачів?

5. Як продукт адаптувався до змін у попиті споживачів та виникненню нових технологій, зокрема компакт-дисків?

6. Як торгові компанії могли б використовувати дані з аналізу життєвого циклу касетних плеєрів для прийняття стратегічних рішень щодо виробництва та маркетингу?

Завдання 2.

Виберіть останню модель мобільного телефону будь-якої марки, яка щойно з’явилась на ринку. Запропонуйте маркетингові заходи, які, на вашу думку, слід впровадити на етапі виведення продукту на ринок, а також на етапі зростання (прогнозуючи, що попит на цю модель збільшуватиметься). Які методи конкурентної боротьби є найефективнішими? Відповідь обґрунтуйте.

Завдання 3.

Визначення етапів життєвого циклу товарів

Який етап життєвого циклу переживають у цей час перераховані нижче товари (із прив’язкою до місця вашого проживання)?

1)комп’ютери;
2)пшениця;
3)трактори;
4)природний газ;
5) ручний інструмент.

Завдання 4.

Який етап життєвого циклу переживають в даний час перераховані нижче товари (послуги) (з прив’язкою до місця вашого проживання)?

Товари:
а) роликова дошка («скейтборд»);
б) прохолодний напій «Кока-кола»;
в) приватні прогулянкові яхти;
г) послуга з хімічного чищення килимових покриттів; д) аудіокомпакт-диски;
е) мінеральна вода «до розливу».

Завдання 5.

Здійсніть аналіз чинників, за рахунок яких було здійснено оновлення життєвого циклу прального порошку «Лотос».