

МАРІУПОЛЬСЬКИЙ МАШИНОБУДІВНИЙ КОЛЕДЖ
ДВНЗ «ПДТУ»

ТЕМА: «ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ»

ДИСЦИПЛІНА: «Основи менеджменту та маркетингу»

ВИКЛАДАЧ: Гармаш Тетяна Володимирівна



2017



ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ



ПЛАН:

1 Рівні товару

2 Елементи товарної політики

3 Сутність товарної політики



ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ

ТОВАР

- властивості
- параметри
- асортимент
- розмір
- сервіс
- упаковка
- марочна назва
- гарантії

ЦІНА

- преїскурант-на ціна
- знижки
- націнки
- терміни виплат
- умови кредитування

РОЗПОДІЛ


- канали збуту
- форми торгівлі
- транспортування
- складські запаси

ПРОСУВАННЯ

- реклама
- стимулювання збуту
- персональний продаж
- зв'язки з громадськістю
- прямий маркетинг



ПЕРША ЗАПОВІДЬ МАРКЕТИНГУ

A graphic of a rolled-up scroll with a light beige background and a darker beige border. The scroll is unrolled in the center, revealing the text. The text is written in a bold, black, serif font.

**«Якщо у Вас
немає товару,
у Вас нічого
немає»**

ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ



**ТОВАР – продукт, який
найкраще характеризується
трьома основними
особливостями:**



1

призначається для задоволення певних потреб

2

виробляється для продажу

3

купується споживачем за вільною ринковою ціною



**ТОВАР – ЦЕ ОСНОВНИЙ
ЕЛЕМЕНТ ДІЯЛЬНОСТІ
СУСПІЛЬСТВА!**



РІВНІ ТОВАРУ

**ПРИ СТВОРЕННІ ТОВАРУ РОЗРОБНИКУ ПОТРІБНО
СПРИЙМАТИ ІДЕЮ НА ТРЬОХ РІВНЯХ**



РІВНІ ТОВАРУ

1 ТОВАР ЗА ЗАДУМОМ – це товар, яким його бачить розробник ідеї.

Це основна вигода або послуга, яку набуває покупець. В його основі лежить потреба, для задоволення якої він створений.

ЦЕ НАЙВАЖЛИВІШИЙ РІВЕНЬ СТВОРЕННЯ ТОВАРУ!



Жінка, яка купує помаду, набуває щось більше, ніж барвник для губ.

Чарльз Ревсон засновник компанії "Revlon" (існує з 1932 р.) говорив: "На фабриці ми виробляємо косметику, в магазині – продаємо надію"



Charles Haskell Revson
(1906-1975)

"Я не бос, я тільки керуючий. Справжні боси – це жінки, які купують нашу продукцію"

Чарльз Ревсон

Вселив жінкам усього світу, що колір лаку для нігтів і колір губної помади повинні збігатися.



2 ТОВАР В РЕАЛЬНОМУ ВИКОНАННІ – це те, що в дійсності придбає покупець. Це товар, створений конструктором і технологом.



← пральна машина певного виробника, що володіє певним набором функцій і характеристик

РІВНІ ТОВАРУ



Якість товару

**КОЖЕН
ТОВАР
ВОЛОДІЄ
П'ЯТЬМА
ХАРАКТЕРИ-
СТИКАМИ:**

Марочна назва

Упаковка

Властивості

Дизайн



РІВНІ ТОВАРУ

Якість товару – це сукупність властивостей і характеристик товару (послуг), які дають можливість задовольняти певну потребу.

Найкраща реклама будь-якого товару – його якість!

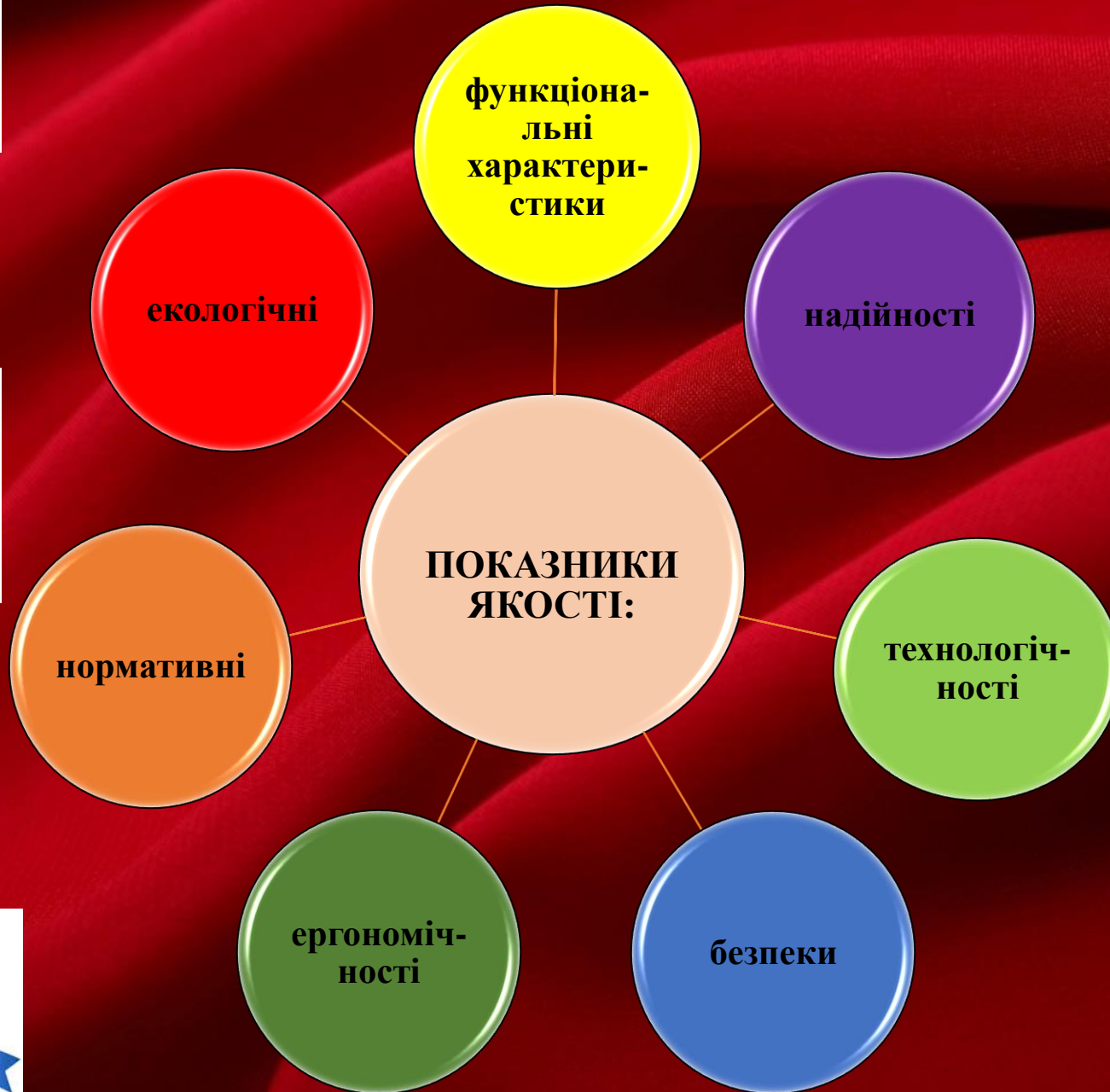
Томас Роберт Дьюар,
виробник віскі Dewar's



(1864-1930)



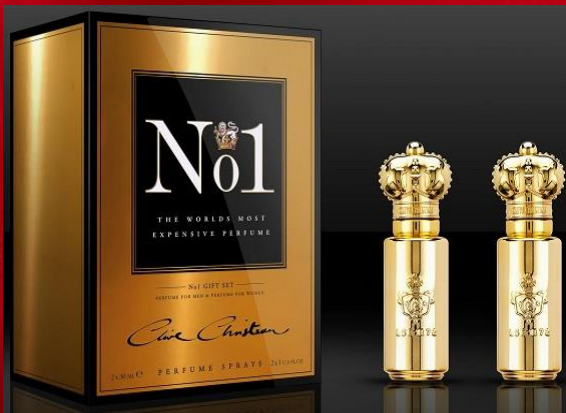
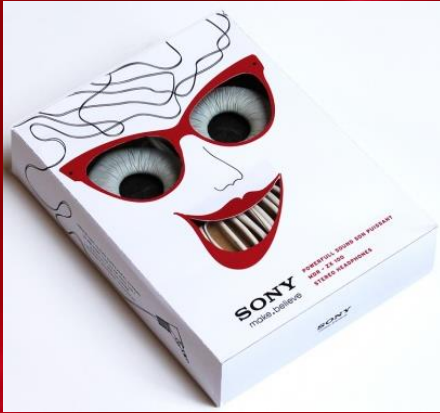
РІВНІ ТОВАРУ



РІВНІ ТОВАРУ

Упаковка — місткість, оболонка, тара для зберігання продукції, етикетка і вкладиш.

Як елемент товарної політики упаковка вимагає постійної уваги, всебічного вивчення, правильної орієнтації в плануванні, розробці та виробництві.



РІВНІ ТОВАРУ

Як прищепити дитині звичку пити воду? Адже вона не має ні смаку, ні кольору, ні запаху, і взагалі — «якась, мама, ця вода нудна».

Таку фразу якось почув один з працівників компанії Моршинська.

Маркетологи Моршинської знайшли вихід — вони приділили головну увагу упаковці, щоб малюк не захотів розлучатися зі своєю пляшкою.

Персонажі М/ф «Холодне серце» та «Зоряні війни»

Також компанія подбала про зручність пляшечок — їх зручно тримати навіть в дитячій руці.



РІВНІ ТОВАРУ

Дизайн — здатність товарів комплексно задовольняти естетичні, ергономічні та соціальні потреби за рахунок їх художнього конструювання



Марочна назва – це сказана частина марки.



Марочний знак (емблема) – частина марки, яку можна впізнати, але неможливо вимовити. Це може бути символ, зображення, відмінне забарвлення, специфічне шрифтове оформлення.

Колір «СОСА-COLA» – червоний, логотип має чітко визначений шрифт.





«Продукція створюється на фабриці; торгова марка – це те, що купує споживач. Продукція швидко застаріває, вдала торгова марка – вічна» (С. Кинг – керівник консалтингової компанії)

Представлення товару як марочного може підвищити його ціннісну значимість, а відсутність марки на товар знижує його ціну на 10 – 20 %.



РІВНІ ТОВАРУ



Товарний знак – марка або її частина, забезпечена правовим захистом.



Київстар – це не набір функцій на телефоні, це можливість зв'язатися з близькими з будь-якої точки світу.



Моршинська – це не вода, це здоров'я.



Наша Ряба – це не шматок м'яса, це – затишок домашніх свят.



ВГАДАЙТЕ ТОВАРНІ ЗНАКИ



1



2



3



4



5



6



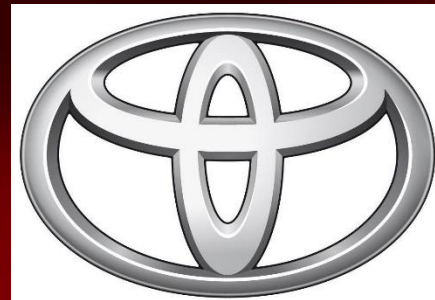
7



8



9



ПРАВИЛЬНІ ВІДПОВІДІ

1



2



3



4



5



6



7



8

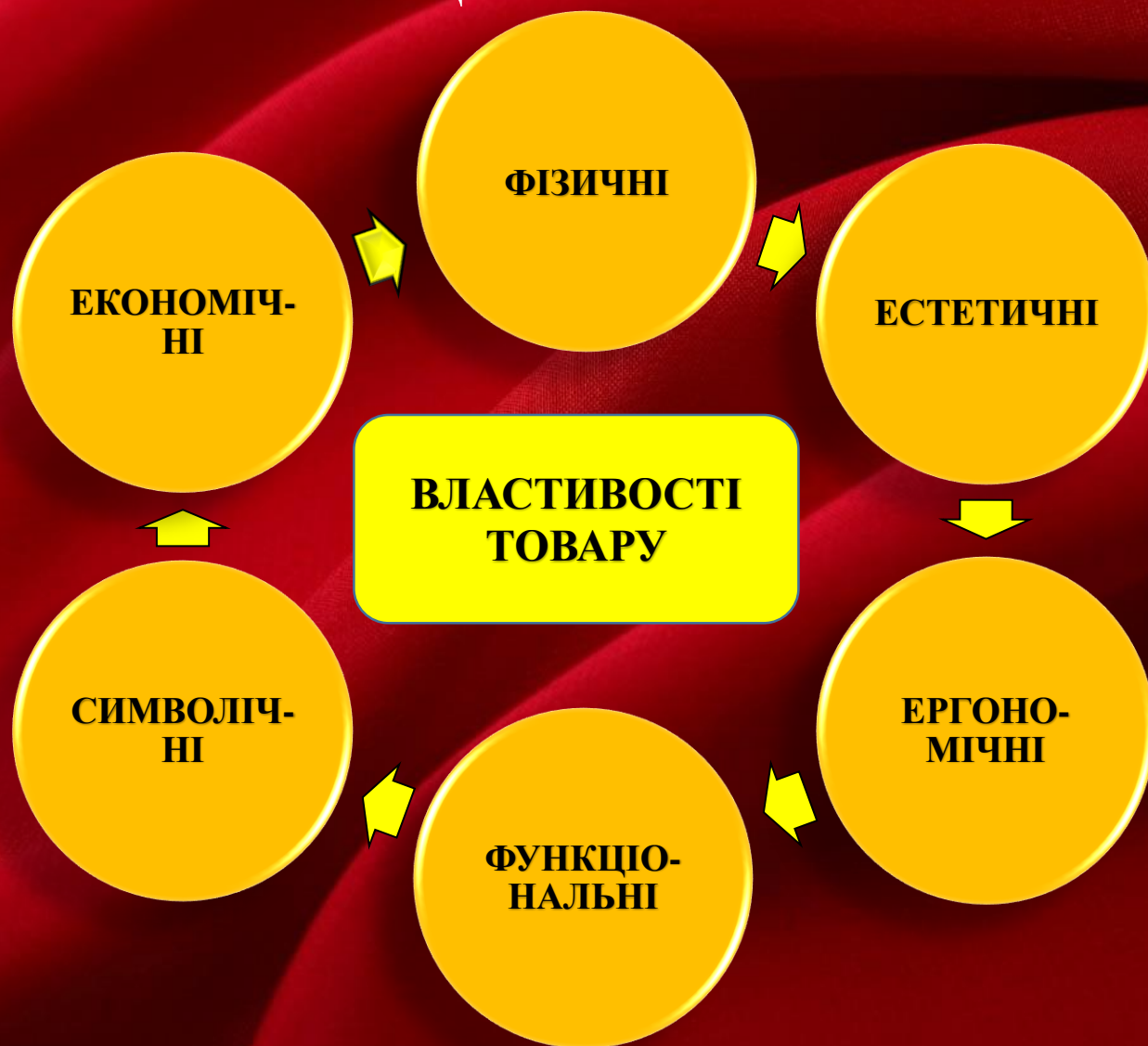


9



РІВНІ ТОВАРУ

**ГОЛОВНА ВЛАСТИВІСТЬ ТОВАРУ – ЦЕ ЙОГО
КОРИСНІСТЬ АБО ЦІННІСТЬ.**



3 Товар з підкріпленням – це товар з набором додаткових післяпродажних послуг і вигід, і вимагає монтажу, гарантії, доставки, надання кредиту.



пропозиція безкоштовної
доставки і установки,
+ додатковий сервіс,
забезпечення пральним
порошком на певний термін



ПЕРЕДПРОДАЖНИЙ

ПІСЛЯПРОДАЖНИЙ

СЕРВІС

ЯВЛЯЄ СОБОЮ КОМПЛЕКС
ПОСЛУГ, ПОВ'ЯЗАНИХ ЗІ ЗБУТОМ І
ЕКСПЛУАТАЦІЄЮ СПОЖИВАЧЕМ
ТОВАРІВ

МЕТА СЕРВІСУ

ЗАПРОПОНУВАТИ ПОКУПЦЯМ НАЯВНИЙ
ТОВАР І НАДАТИ ЇМ ДОПОМОГУ В
ОТРИМАННІ НАЙБІЛЬШОЇ КОРИСТІ ВІД
ПРИДБАНОГО ТОВАРУ

Сервіс (з англ. service – служба) – обслуговування населення в різних сферах повсякденного життя.

автомобільний сервіс



ресторанний сервіс



готельний сервіс



РІВНІ ТОВАРУ

При створенні
нового товару перед
виробником
виникають 3
взаємообумовлених
питання:

1. Чи треба виробляти даний товар?

2. У якій кількості?

3. Який при цьому буде отримано
прибуток або збитки?

ЕЛЕМЕНТИ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

Товарна одиниця — це відособлена цілісність, яка характеризується ціною, показниками обсягу, маси, якості.



Товарний асортимент – група однорідних товарів, призначених для певного кола покупців, які задовольняють подібні потреби.



ШИРОТА

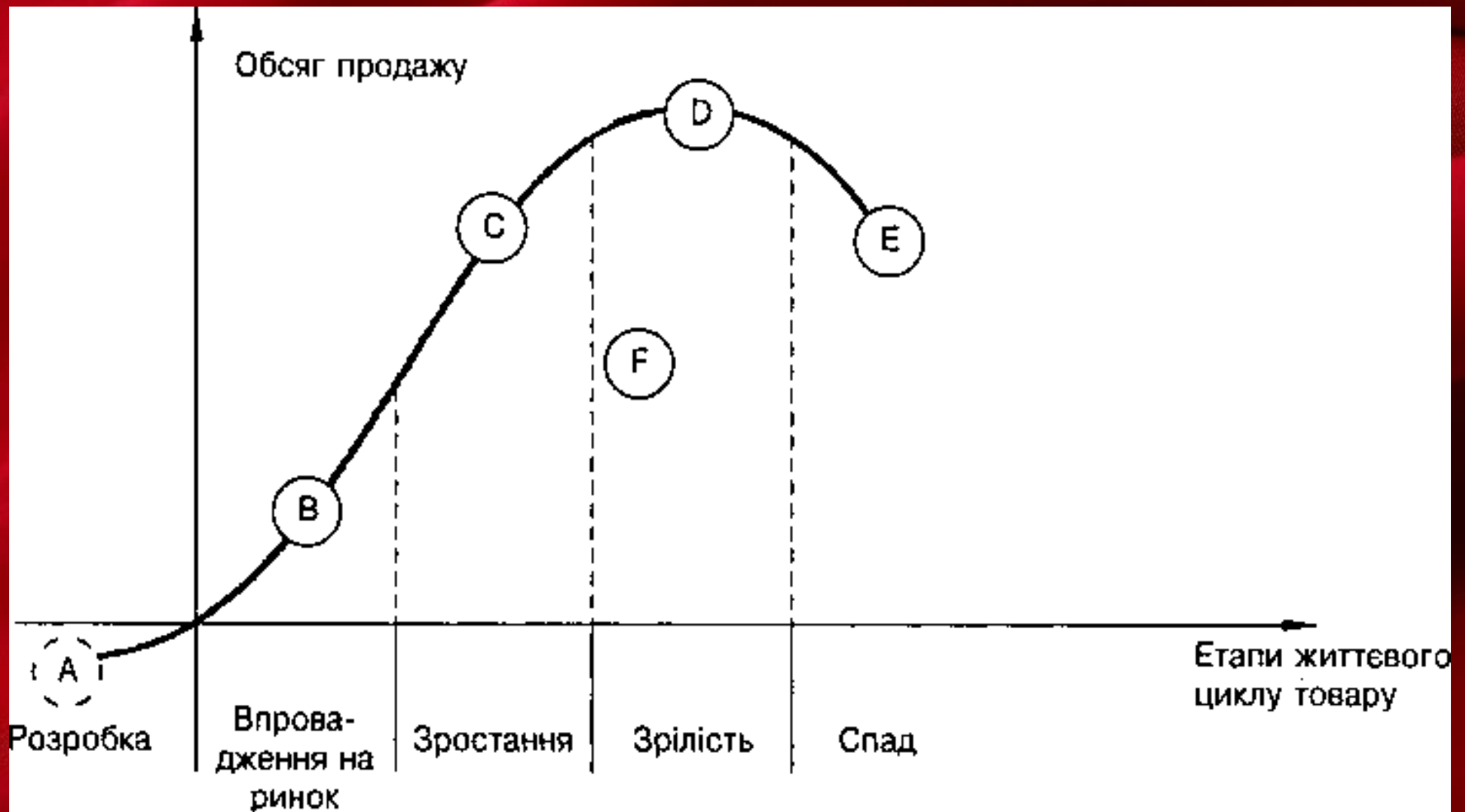
кількість
асортиментних
груп

ХАРАКТЕРИСТИКИ АСОРТИМЕНТА

ГЛИБИНА

кількість
позицій у
кожній
асортиментній
групі

ВАРІАНТ ОПТИМАЛЬНОГО АСОРТИМЕНТУ ПРОДУКЦІ ПІДПРИЄМСТВА



ЖИТЄВИЙ ЦИКЛ ТОВАРА

МАТРИЦА BOSTON CONSULTING GROUP



ВІДНОСНА ЧАСТКА РИНКУ

Товарна номенклатура – це вся сукупність виробів, що випускаються підприємством.

ШИРОТА

загальна чисельність
асортиментних груп
товарів підприємства

ГЛИБИНА

варіанти пропозицій
кожного окремого товару
в рамках асортиментної
групи

ХАРАКТЕРИСТИКИ НОМЕНКЛАТУРИ

ГАРМОНІЙНІСТЬ

ступінь близькості між
товарами різних
асортиментних груп з
точки зору їх кінцевого
використання, каналів
розподілу та інші

НАСИЧЕНІСТЬ

загальне число всіх
товарів підприємства

ЕЛЕМЕНТИ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

ТОВАРНА НОМЕНКЛАТУРА КОМПАНІЇ PROCTER & GAMBLE

ГРУПИ АСОРТИМЕНТУ

засоби для чищення і миючі засоби	зубна паста	засоби по догляду за волоссям	мило	парфумерно- косметичні товари	дитячі підгузки	гігієнічні засоби
Ariel Mif Tide Lenor Fairy Comet	Blend-a-Med Blendax	Pantene Pro-V Head&Shoulders Wash&Go Shamtu Clairol	Camay Safeguard	Old Spice Secret Cover Girl Max Factor Laura Biagiotti Hugo Boss	Pamper	Always Alldays Tampax

СУТНІСТЬ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

**ГОЛОВНИЙ ПРИНЦИП ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ:
«РОБІТЬ ТЕ, ЩО ЗАТРЕБУВАНЕ НА РИНКУ, А НЕ
НАМАГАЙТЕСЯ ПРОСУВАТИ ТЕ, ЩО
ВИРОБЛЕНО»**



СУТНІСТЬ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ



СУТНІСТЬ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

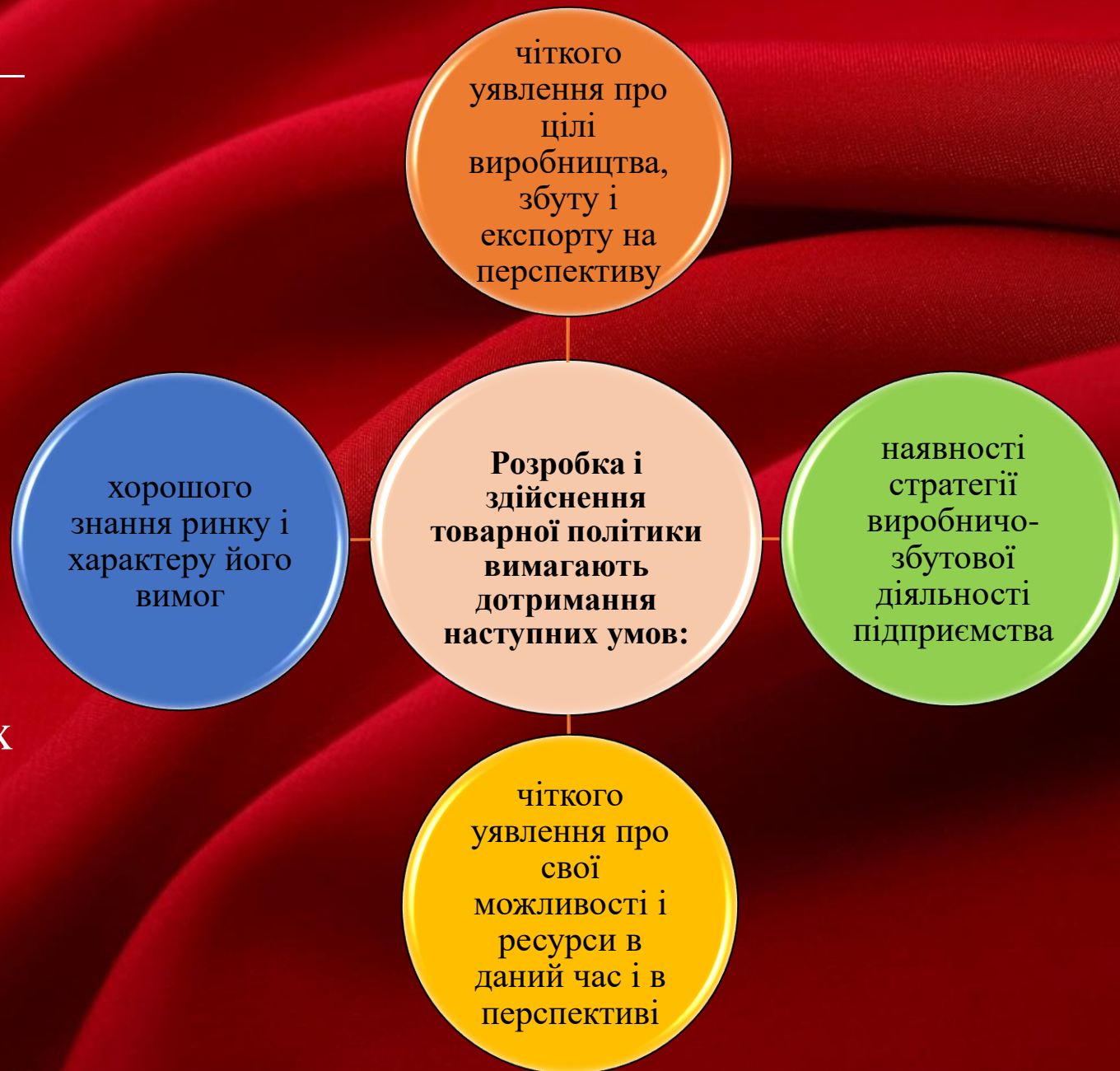
**РІШЕННЯ ЗАВДАНЬ ВИРІШУЮТЬСЯ ПРИ ВВЕДЕННІ НОВИХ ТОВАРІВ НА
РИНОК**



РІШЕННЯ ЗАВДАНЬ ВІДБУВАЄТЬСЯ ПРОТЯГОМ УСЬОГО ЖИТТЯ ТОВАРУ

СУТНІСТЬ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

Товарна політика — складова частина господарської і маркетингової політики підприємства. В силу цього принцип "товар вибирає покупця" в поєднанні зі створенням для покупців широких можливостей вибору повинен закладатися безпосередньо у виробництві.



СУТНІСТЬ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

Товарна політика – це сфера діяльності підприємства щодо прийняття рішень в області товарної номенклатури і товарного асортименту.

Вона визначає, які товари і в якій кількості слід виробляти, а також прийняття рішення про доцільність розробки і виробництва нового продукту.



СУТНІСТЬ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

**ТОВАРНА ПОЛІТИКА ПЕРЕДБАЧАЄ
ЗДІЙСНЕННЯ НАСТУПНИХ ЗАХОДІВ:**

1

модифікація виготовлених товарів

2

розробка нових видів продукції

3

зняття з виробництва застарілих товарів

4

встановлення оптимальної номенклатури виробів

5

забезпечення найкращого асортименту товарів

6

використання товарних знаків

7

створення необхідної упаковки

8

організація сервісного обслуговування

ДОМАШНЄ ЗАВДАННЯ

Самостійно вивчити тему: **«Якість і конкурентоспроможність товару».**

Розглянути такі питання:

- Параметри та ознаки конкурентоспроможності.
- Поняття, значення и фактори забезпечення якості товару.
- Основні вимоги до якості товару.

Скласти конспект у обсягу 1,5-2 сторінки.

Ця тема увійде в підсумковий тест по темі: «Товарна політика».

Література:

1. Гаркавенко С. С. Маркетинг. Підручник. – Київ: Лібра, 2012. – 712 с.
2. Герасимчук В. Г. Маркетинг: теорія і практика: Навч. посібник. – К.: Вища школа, 2014. 327 с.: іл.
3. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга. 9-е издание.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2013. – 1200 с.: ил.