

C A D P J A J:

1. Увод .....	1
2. Животни циклус производа .....	2
3. Фазе животног циклуса .....	3
3.1. Фаза увођења производа.....	4
3.2. Фаза раста производа .....	5
3.3. Фаза зрелости производа .....	6
3.4. Фаза опадања производа .....	7
4. БЦГ матрица .....	8
4.1. БЦГ матрица "Звезде".....	9
4.2. БЦГ матрица "Упитници" .....	10
4.3. БЦГ матрица "Кравице".....	10
4.4. БЦГ матрица "Пси" .....	10
5. Закључак .....	10

#### 1. УВОД

Производ се дефинише на основу одређених особина које утичу на потрошача. Када кажемо производ, мислимо на све опипљиве и неопипљиве ствари које могу задовољити купца. Под опипљиве спадају материјалне ствари као што су: аутомобил, рачунар, бицикл, објекти итд. У неопипљиве спадају услуге или идеје. Производ је све оно што се може понудити на тржишту у циљу задовољења потрошача.

У маркетингу се прави разлика између три нивоа концепта производа. Први ниво је суштина производа, који одговара на питање – шта купац стварно купује. Открива се скривена потреба који производ може да задовољи. Планери производа треба да га учине опипљивим за купца.

Други ниво производа је производ као физички објект. Као такав он има пет карактеристика: ниво квалитета, аспекте, стил, марку и паковање.

Трећи ниво је увећани или проширени производ. Одлучује се које су додатне услуге и користи потребне које треба да буду у понуди са опипљивим производом. Проширени производ треба да одговара улози коју производ има у укупном систему потрошње потрошача. За маркетинг је веома значајан јасан преглед производа и њихов значај за потрошаче.

Концепт "животног циклуса производа(" Product life cycle") користи се у савременој привреди као одличан основ за развој производа и прилагођавање производа захтевима потрошача. Овај појам је прилично значајан и за управљање предузећем.

#### 2. ЖИВОТНИ ЦИКЛУС ПРОИЗВОДА

Као што сви живи организми имају своје животне циклусе, тако га имају и предузећа. Сви производи на тржишту имају краћи или дужи животни век. Производи се рађају, живе и умиру. После једног периода у коме се врши развој, производ се представља и избацује на тржиште. Како расте полако сакупља велики број купаца, тржиште се стабилизује и производ постаје зрео. После неког времена производ постаје превазиђен од стране конкуренције, његова продаја почиње да пада и на крају се повлачи са тржишта.

Време од увођења производа на тржиште до његовог искључења из производног програма назива се животни циклус производа.

Животни циклус производа може да траје неколико сати (нпр. дневне новине), неколико месеци (сезонска одећа), неколико година (видео рекордери пре појаве ДВД-ја), или неколико деценија (Кока Кола, Мекдоналдс).

Без обзира на трајање животног циклуса сваки производ пролази кроз четири основне фазе, а то су:

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU. -----**

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**