

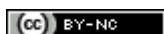
Чіа-Мінг Ліу

### **Розподіл прибутків, диференціація якості та дизайн лінійки продуктів**

Мета цієї статті – охарактеризувати зв'язок між диференціацією якості, розподілом прибутків та дизайном лінійки продуктів. За результатами дослідження, автор може пояснити тенденцію диференціації якості та явище надзвичайного різноманіття продуктів у різних умовах розподілу прибутків. Якщо середній клас споживачів досягає певної допустимої невеликої кількості, якість для них погіршується. Лише якість бюджетних товарів та дорогих товарів має значення для цих екстремальних умов, тобто, якість спектру продуктів погіршиться. Якість продуктів для середнього та малозабезпеченого класу поступово погіршуватиметься, буде навіть гірше за оригінальну якість. Дизайн лінійки продуктів буде переглянутий з точки зору протилежностей.

**Ключові слова:** диференціація якості, розподіл прибутків, дизайн лінійки продуктів, стратегії маркетингу, встановлення цін в рамках товарного асортименту.

**Класифікація JEL:** D42, L12, L15.



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

---

Чіа-Мінг Ліу

### **Распределение прибыли, дифференциация качества и дизайн линейки продуктов**

Цель данной статьи – охарактеризовать связь между дифференциацией качества, распределением прибыли и дизайном линейки продуктов. По результатам исследования, автор может объяснить тенденцию дифференциации качества и явление чрезвычайного разнообразия продуктов в разных условиях распределения прибыли. Если средний класс потребителей достигает определенного допустимого небольшого количества, качество для них ухудшается. Только качество бюджетных товаров и дорогих товаров имеет значение для этих экстремальных условий, то есть, качество спектра продуктов ухудшится. Качество продуктов для среднего и малообеспеченного класса постепенно будет ухудшаться, будет даже хуже оригинального качества. Дизайн линейки продуктов будет пересмотрен с точки зрения противоположностей.

**Ключевые слова:** дифференциация качества, распределение прибыли, дизайн линейки продуктов, стратегии маркетинга, установление цен в рамках товарного ассортимента.

**Классификация JEL:** D42, L12, L15.



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.