

ДЕМАРКЕТИНГ — ситуация и линия поведения в маркетинге, обусловленная ростом спроса на товары до уровня, превышающего возможности их производства при имеющихся ресурсах. В этом случае целесообразно проводить сдерживающий маркетинг — демаркетинг — в виде мер, направленных на снижение, притормаживание спроса.