

УДК 338.4

ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ НОВОГО ПРОДУКТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Пуцолацо

Научный руководитель – доц. каф. «Менеджмент внешнеэкономической и инновационной деятельности», канд. экон. наук Котова М.В.

Создание нового продукта – творческая деятельность, в которой кроме достаточных финансовых ресурсов, нужны средства эффективного маркетингового обеспечения и поддержки инновационной деятельности, базирующейся на научном поиске.

В условиях насыщенного рынка, усиленной конкуренции, несмотря на разнообразие подходов, выделим общие этапы процесса создания нового продукта. Первый этап – это разработка идеи нового продукта. Второй этап состоит в том, что высшее руководство принимает решения по поводу того, каким идеям дать дальнейший ход, а какие отбросить. Третий этап – доведение общей идеи до конкретного продукта. На этом этапе разрабатывается концепция нового продукта, проводится проверка его на восприятие рынком. Четвертый этап – проведение углубленной оценки разработанных концепций продукта, так называемый бизнес-анализ концепции продукта. На пятом этапе осуществляется окончательная оценка продукта и разработка маркетинговой стратегии. Шестой этап – создание системы обслуживания нового продукта, которая должна обеспечивать информацию для оценки результатов реализации нового продукта. Седьмым этапом является представление продукта на рынке.

Таким образом, учитывая фактор времени, а также факторы, связанные с территориальной стратегией предприятия, ассортиментом уже реализуемой продукции, предполагаемой группой покупателей, при создании нового продукта предприятиям следует руководствоваться сформированными стандартными этапами процесса создания нового продукта.