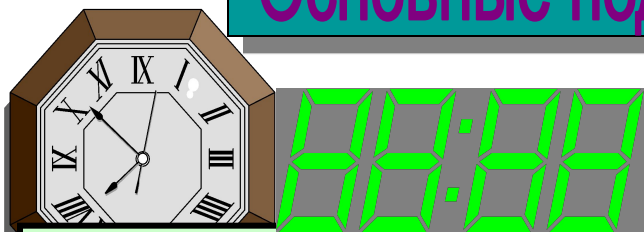


### 3. Новые виды продукции

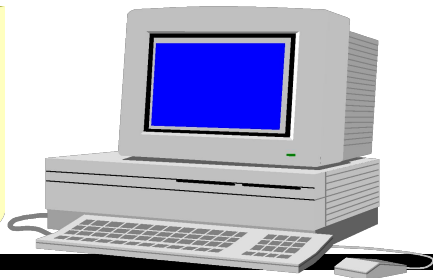
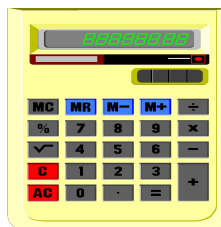
Новый товар – это новый продукт, поступивший на рынок и отличающийся от существующих товаров сходного назначения каким-либо изменением потребительских свойств

# Основные подходы к определению нового товара:



**1. Временной критерий  
(любое вновь  
выпускаемое изделие)**

**2. Отличие товара от его  
аналогов (принцип по-  
рождения или удовлетво-  
рение ранее неизвестной  
потребности)**



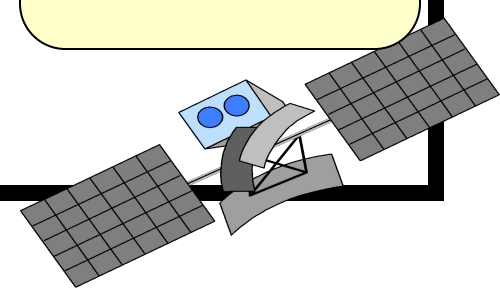
**3. Совокупность  
критериев. 4 уровня  
новизны товара:**

**\* изменение  
внешнего  
оформления**

**\* совершен-  
ствование  
основных техн.  
характеристик**

**\* принципиаль-  
ное изменение  
потребитель-  
ских свойств**

**\* товар, не  
имеющий  
аналогов**



Степень новизны изделия	функ ция	конст- рукция	фор -ма
1. Несущественная модификация отдельных параметров	0	0	0
2. Совершенствование отдельных параметров и потреб. свойств	1-2	1	1
3. Существенное изменение параметров и потреб. свойств	2-3	2	2
4. Появление новых, доп. функций с внесением важных технических усовершенствований.	3-4	3	3
5. Коренное качественное преобразование функций и принципа действия	5-6	4	4
6. Появление качественно новой функции потребления	7-8	5	5

$$H = \sum_{i=1}^3 K_i / \sum_{i=1}^3 K_{i \max(18)} * 100\%$$

# Концепция нового товара

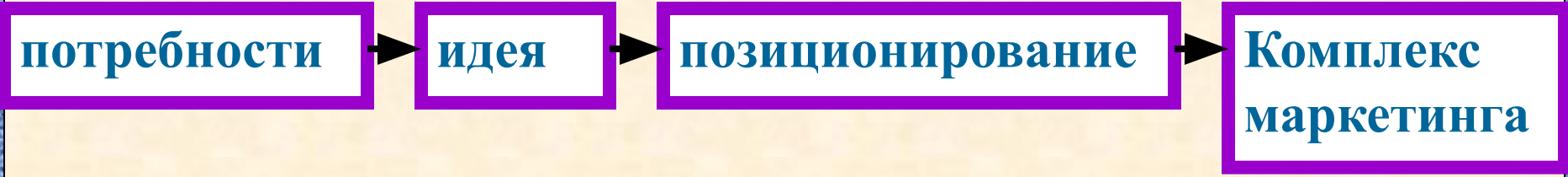
**Производственные факторы:**  
формируют  
цену, качество,  
масштабы  
выпуска,  
уровень  
сервиса

**Рыночные факторы:**  
\* величина и  
характер  
спроса;  
\* отношение  
покупателей к  
предприятию;  
\* конъюнктура;  
\* развитие  
рыночного  
сегмента;  
\* конкуренция.



Новый товар должен соответствовать прогнозным потребностям (с учетом ФОССТИС)

Позиционирование -  
определение места  
нового товара на рынке



# ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ТОВАРА-НОВИНКИ

Формиро-  
вание идеи

Отбор идеи

Разработка  
замысла и  
его проверка

Разработка  
стратегии  
маркетинга

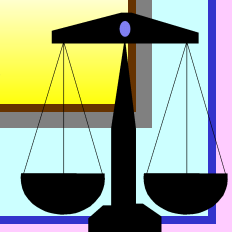
Разработка  
товара

Испытание  
товара на  
рынке

Развертывание  
коммерческого  
производства

Финальная  
доработка  
товара

Стабилизация  
производства  
и сбыта



**При разработке нового товара  
необходимо полно представить:**

- основные характеристики будущей продукции, товаров и услуг, предлагаемых к поставке на соответствующий рынок;**
- оценить его конкурентоспособность,**
- показать динамику спроса, расширение рынка продаж,**
- предусмотреть возможность совершенствования, сокращения издержек и т.д.**

**Необходимо знать:**

- 1. Какие потребности призван удовлетворять планируемый к производству новый товар?**
- 2. В чем особенность или уникальность данного товара и почему потребители должны отдавать ему предпочтение перед другими товарами-конкурентами?**
- 3. Какими патентами защищен предлагаемый к производству продукт и доведен ли он до товарного вида?**