

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/magisterskaya-rabota/368182>

Тип работы: Магистерская работа

Предмет: АХД (анализ хозяйственной деятельности)

Оглавление

1. Теоретические аспекты внедрения новой продукции 2

1.1. Понятие новой продукции, ее сущность и виды 2

1.2. Цель и этапы разработки новой продукции 11

1.3. Программа маркетинга по новому продукту 14

Прежде чем рассматривать сущность нового продукта, необходимо рассмотреть его определение.

Товар - это объект, который реализуется на рынке потребителям от производителя или посредника.

Товар является результатом труда человека.

Новый товар представляет собой товар в обычном его понятии, но с новыми потребительскими характеристиками.

Выделим задачи продажи нового товара:

- поиск покупателя;
- формирование предложения для потенциального покупателя;
- установление контакта компании с покупателем;
- проведение презентации товара, при которой будут выявлены все достоинства и положительные качества товара;
- проведение переговоров по оптимальной цене на товар для компании и покупателя;
- заключение договора о купле - продаже.

Продажа нового товара зависит от классификационного признака товара. Причиной такого вывода стал тот факт, что для каждого типа нового товара осуществляется поиск определённой целевой группы покупателей, формы продажи (лично, удаленно, посредники).

Классификация нового товара - это разделение товара на рынке по признакам, критериям на группы.

Основу классификации составляет критериальное разделение общей массы товаров на группы и сообщества.

Виды товарной классификации приведены на рисунке 1.

Рисунок 1- Виды товарной классификации

Критерии классификации нового товара:

- материальная осязаемость;
- новизна товара;
- срок потребления;
- частота совершения покупки;
- численность удовлетворенных потребностей клиентов;
- производство;
- цель и назначение товара.

На основании исследования, проведенного в данном разделе курсовой работы можно сделать вывод, что новый товар представляет собой товар в обычном его понятии, но с новыми потребительскими характеристиками.

Выделяют потребительские свойства нового товара (предназначены для конечного потребителя) и производственные свойства товаров (предназначены для бизнеса). Данные классификационные виды новых товаров приведем на рисунке 2.

Рисунок 2 - Классификационные виды новых товаров

В таблице 1 приведем анализ понятия нового товара от разных авторов: с точки зрения экономики – К. Маркс и с точки зрения маркетинга – Ф. Котлер.

Таблица 1- Анализ понятия нового товара от разных авторов: с точки зрения экономики и с точки зрения маркетинга

Определение Литература

это внешний предмет, вещь, которая благодаря ее свойствам, удовлетворяет какие-либо человеческие потребности Маркс К. «Капитал», 1 том, глава 1

все, что может удовлетворять потребности или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования потребителем Котлер Ф. «основы маркетинга»

На основании законодательства РФ, в частности Гражданского кодекса РФ новый товар представляет собой объект договора купли/продажи. На основании приведенного понятия в Налоговом кодексе РФ, новый товар представляет собой вид имущества, которое может быть реализовано и за него получена прибыль.

Таким образом, новый товар представляет собой товар в обычном его понятии, но с новыми потребительскими характеристиками.

Классификация нового товара представлена в виде пяти основных его видов: инновационный /революционный товар, новый для производителя, но не для рынка, улучшенный старый товар, расширение линейки товаров (добавление новых характеристик к старому товару), ребрединг/новая упаковка товара.

С точки зрения инновационного менеджмента новый продукт – это товар, который обладает новыми свойствами, новыми потребительскими качествами, имеющий принципиальные отличия в сравнении с предыдущим аналогом или не имеющий аналогов и разработан впервые.

Развитие науки и техники на современном этапе достаточно динамично, поэтому срок службы современных товаров сокращается, их заменяют новинками, чтобы обеспечить потребности современного общества.

Для производства риск, связанный с новым товаром огромен, но также велики материальные выгоды, если предприятие первым выводит новинку на рынок.

Понятие нового продукта тесно связано с понятием «инновация», которое подразумевает более высокий технологический уровень, включая исследовательскую, производственную, организационную, сбытовую, маркетинговую сферы деятельности.

Таким образом, новый продукт – это результат эффективной инновационной деятельности.

Новые продукты являются результатом технических нововведений.

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/magisterskaya-rabota/368182>