

УДК 523.455

Костюк Ю. – ст. гр. БМп-43

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя

ПРОЦЕС РОЗРОБКИ НОВОГО ТОВАРУ

Науковий керівник: к.т.н., доц. Гевко І.Б

В сучасному світі створення і виробництво нових товарів являється вирішальним для процвітання підприємства. Новим товаром може бути модифікація вже існуючого або нововведення, яке споживач вважає потрібним.

В ринкових умовах процес розробки товару виглядає наступним чином. Спочатку потрібно сформулювати нову ідею, основними джерелами якої є: опитування серед клієнтів; дослідження ринків. Вибір ідей, їх оцінка і порівняння проводиться за переліком критеріїв. По-перше, відкидаються невігідні проекти, які не потребують більше уваги. По-друге, із усіх придатних вибираються найбільш відомі і багатообіцяючі.

Після схвалення ідеї приступають до дослідження її технічного та економічного характеру, а також до дослідження ринку. Чим ближче товар до виробів існуючого асортименту, тим меншою є потреба у технічних дослідженнях. На цьому етапі також вивчають фізичні якості нового товару, організовують виробництво невеликими партіями в лабораторних умовах, досліджують можливе використання, починають роботу над патентно-правовим забезпеченням.

Складається звіт про економічні можливості товару. Експериментальний зразок утворюється у процесі наукових досліджень і має основні ознаки продукції, що намічена для розробки. Дослідницький зразок виробляють за знову розробленою робочою документацією, щоб перевірити його відповідність заданим параметрам і технічним вимогам, після чого приймають рішення про можливе освоєння у виробництві.

Товар, висока якість якого безсумнівна, перед початком серійного виробництва підлягає «ринковому тесту» - проводять пробний продаж на обраних ринках. Цей етап обов'язковий у випадку товарів індивідуального споживання і бажаний у випадку промислового призначення. Отримані в результаті тесту дані необхідні для того, щоб доопрацювати товар і змінити його невдалі характеристики, пристосувати до ринку. Серед питань, на які необхідно отримати відповідь, наступні: чи подобається зовнішній вигляд товару покупцям; чи виконує упаковка свою роль; чи вдала вибрана назва товару; чи виділяється наш товар із загальної маси аналогічних.

Не може бути вдалою програма комерційного освоєння товару на ринку, якщо результати пробного продажу негативні. Прийняти рішення про виробництво і про широку реалізацію в даному випадку – означає свідомо прирікати себе на невдачу.

Товар вважається конкурентоспроможним і матиме успіх на ринку якщо під час його створення в ньому закладені винаходи й промислові зразки. Саме від цих факторів залежить життєвий цикл товару, а отже отримання бажаних прибутків.