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://stuservis.ru/statya/318022

Тип работы: Статья

Предмет: Инновационный менеджмент

-

По сравнению с традиционным товарным рынком, инновационный товарный рынок имеет свои особенности, которые следует учитывать при формировании маркетинговой политики компании. Как правило, вывести инновационный продукт на рынок не удается по нескольким причинам [1]:
- инноватор выводит на рынок «свой» продукт без учета результатов исследования рынка;
- товар хороший, но цена на рынке завышена;
- неудачное позиционирование продукта на рынке;
- стоимость продукта превышает бюджет;
- реакция конкурентов отличается от ожидаемой.

При этом шансы на успех инновационного продукта значительно повышаются при соблюдении следующих условий:
- разработчики инновационных продуктов понимают потребности потенциальных потребителей;
- сам продукт характеризуется высоким соотношением цена/качество;
- компания опережает конкурентов по внедрению инноваций;
- компания имеет возможность выделять средства на продвижение продукта.

Проблема вывода на рынок инновационного, незнакомого продукта в первую очередь связана с риском непринятия его потребителем. Это характерно для любой компании, но особенно актуально для рынков инновационной высокотехнологичной продукции. Высокотехнологичные продукты обладают следующими характеристиками [2]:
- Более короткий жизненный цикл;
- Требует новых знаний и навыков от потребителей;
- Будьте изобретательны в дизайне и применении;
- Сложность определения границ рынка;
- трудности внедрения и адаптации;
- Трудности ценообразования.

1. Джеффри А. Мур. Внутри Торнадо: стратегии достижения успеха и выживания на быстрорастущем рынке. Москва: BestBusinessBooks, 2020. стр. 296.
2. Инновационная экономика/Под ред. НП Иващенко. М.: Издательство МАКС, 2019. 352 страницы.
3. Котлер Ф. Управление маркетингом. Экспресс курс. СПб: Питер, 2021. 464 страницы.
4. Национальная ассоциация участников рынка робототехники. Аналитическое исследование: Мировой рынок робототехники, 2018 г. 157 страниц.
5. Показатели науки: 2016: Статистический сборник / Н. В. Городникова, Л. М. Гохберг и др., М.: ВШУ, 2019. С. 320.
6. Савченко И. В., Митясова Е. А. Marketing Mix на рынке корпоративных ИТ-решений // Промышленный и b2b маркетинг. 2020. № 4. С. 22-40.
7. Теодор Левитт. маркетинговое воображение. Издательство: Фри Пресс, 2019. 238 с.
8. Штайнхоф Ф., Тромсдорф В. Введение в инновационный маркетинг. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2020.
9. Эверетт М. Роджерс. Распространение инноваций. Нью-Йорк: Свободная пресса, 2022. 576 страниц.

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://stuservis.ru/statya/318022