

Оценка конкурентоспособности инновационного продукта

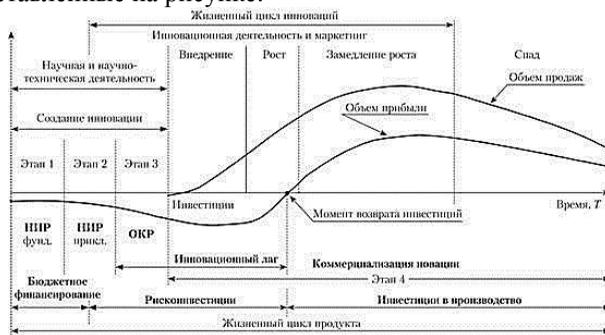
Белинскас А. Б.

Белорусский национальный технический университет

Конкуренцию можно сравнить с локомотивом, который приводит в движение экономическое развитие всех стран мира. Любой потребитель при покупке того или иного товара первым делом обращает своё внимание на полноту удовлетворения его личных потребностей. Согласно общей тенденции потребительского поведения, приобретению подлежит только тот товар, который в сравнении с другими более полно соответствует общественным потребностям.

Под конкурентоспособностью продукта понимают преимущество данного товара перед другими, которое измеряется через объем продаж и формируется комплексом стоимостных (ценовых), потребительских и маркетинговых характеристик товара.

При определении конкурентоспособности инновационного продукта возникает ряд трудностей. Главным образом это связано с отсутствием товаров-аналогов, относительно которых происходит сопоставление свойств, обеспечивающих удовлетворение потребностей потребителей. Следовательно, для оценки конкурентоспособности инновационной продукции важно знать её жизненный цикл. Каждая инновация проходит этапы, представленные на рисунке.



Этапы жизненного цикла инновации

Таким образом, степень удовлетворенности потребителя инновацией складывается из совокупности мнений единичных покупателей и формируется еще в преддверии появления его на рынке, на любом этапе жизненного цикла изделия до момента утилизации. В это время и происходит острая конкурентная борьба за потребителя.