

## **ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫПУСКА НОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЯЮЩЕЙСЯ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА**

Студентка гр. 113619 Степаненко В.И.

Кандидат экон. наук, доцент Гурина Е.В.

Белорусский национальный технический университет

Стремительные перемены на мировых рынках под влиянием научно-технического прогресса, создание новых материалов и продуктов на основе современных технологий, подчинение производственного процесса требованиям, пожеланиям и вкусам заказчика, а также жесткая конкурентная среда вынуждает предприятие осуществлять вложения значительных финансовых средств на внедрение научных разработок в производство, чтобы, в конечном счете, обеспечить потребителя новыми видами продукции или существенным образом модифицировать и улучшить существующие. Работа в рыночных условиях подталкивает предприятие к закупке и внедрению инновационных разработок для усовершенствования производства, что приводит к получению новых продуктов с новыми качествами, которые обеспечат получение большего экономического эффекта, чем традиционные, уже известные на рынке. При создании новой продукции учитывается вероятность коммерческого успеха предлагаемых для разработки идей, просчитывается спрос на эту продукцию в будущем, ее жизненный цикл и долговечность. Опыт мировых и отечественных производителей свидетельствует, что только 1 - 2,5 процента разработанных инноваций имеют коммерческий успех, который напрямую зависит от степени новизны продукта, технологии его производства и продвижения и, в значительной степени, опыта предприятия в этой области. Заложенные на всех стадиях разработки и внедрения требования к новой продукции, разработанные на основе маркетинговых исследований, достигаются более высоким уровнем технологичности производства, обеспечиваются снижением трудоемкости и себестоимости в расчете на единицу производимой продукции, за счет совершенствования и упрощения конструкций, заменой дорогих материалов более дешевыми, снижением эксплуатационных затрат и т.д. Только при тщательно организованной и спланированной работе по созданию, внедрению в производство и продвижению на рынке нового продукта, учете многочисленных нюансов и специфических особенностей на всех этапах его жизненного цикла возможно достижение ожидаемых результатов.