

МАРКЕТИНГОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ ВНЕДРЕНИЯ НОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ

д.э.н. Чмышенко Е.Г.

к.э.н. Самсонова М.В.

Оренбургский государственный университет

г. Оренбург, Россия

Современные предприятия работают сегодня в условиях жесткой конкуренции и постоянной борьбы за рынок, на котором они функционируют. Поэтому для них особое значение приобретает вывод на рынок новых продуктов, постоянное выявление требований клиентов к создаваемым версиям новых продуктов, соотношение требований клиентов с производственными, финансовыми возможностями предприятия. Более того, процесс создания новых продуктов становится для современных организаций не просто механизмом выявления клиентских требований, а все чаще является инструментом развития организаций, с помощью которого организация понимает и осознает свои возможности, ограничения и координирует свою работу и стратегию.