

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОГО ТОВАРА НА РЫНКЕ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ JET)

Д. Д. Данилова, Д. Н. Собалевская

Белорусский государственный университет, г. Минск;

ddanilova2107@gmail.com; tryasunova@bsu.by

науч. рук. – О. Е. Трясунова, ст. преп.

В статье рассмотрен жизненный цикл инновационного товара на рынке, его актуальность и сравнение с другими инновационными товарами.

Ключевые слова: инновационный товар; жизненный цикл; кикшеринги самокатов; рынок инноваций.

Существуют разные виды инновационных товаров, например, сетевые накопители энергии, биопластик из растительных отходов, металлинзы. В данном исследовании для анализа в качестве инновационного товара были выбраны электросамокаты, так как данный товар является весьма актуальным и его популярность постоянно растет.

Рынок инноваций – это совокупность организационно-экономических отношений, которые возникают в процессе обмена результатами инновационной деятельности и согласования интересов его участников по срокам, ценам и масштабам данного обмена. Подобные отношения возникают между участниками такого рынка с целью создания, внедрения и распространения нововведений.

Жизненный цикл инновационного проекта состоит из следующих этапов:

1. Зарождение инновации. Происходит производство, выпуск и реализация нового открытия или идеи, начинается процесс его самостоятельного функционирования. Эта стадия является и сложной, и главной, так как перспективы и прибыльность новшества будут зависеть от важности, необходимости и сферы применения нового изобретения. Затрачиваются большие суммы на его разработку и выпуск.

2. Рост инновации. Если новый продукт заинтересовывает потребителей и находит своих пользователей, то переходит на новый этап – рост. Прибыль, получаемая от реализации, растет, достигая периода окупаемости.

3. Зрелость. Характеризуется тем, что рынок перенасыщается продуктом, прекращается рост объема продаж ввиду достижения предела.

4. Насыщение рынка. Характеризуется уменьшением объема продаж и соответственно прибыли от реализуемой продукции.

5. Отмирание. Продукт становится неконкурентоспособным на рынке и непривлекательным для потребителей и вытесняется с рынка.

Инновационные товары имеют достаточно короткий жизненный цикл. В связи с этим было проведено исследование о жизненном цикле электросамокатов, а также выведены некоторые риски для владельцев кикшерингов.

Жизненный цикл товара – это время существования товара на рынке, промежуток времени от замысла изделия до снятия его с производства и продажи.

Факторы, влияющие на срок «жизни» электросамокатов:

- Определенные условия хранения батареи электросамокатов.
- Срок работы аккумулятора ~ 2 – 3 года.
- Согласно инструкции производителей, катание на самокате возможно при температуре до – 10 °С.

Из всех вышеперечисленных факторов следует вывод, что жизненный цикл инновационного товара зависит от условий, необходимых для функционирования технологий, которые он использует. Инновационные товары в наше время чаще всего используют различные технологии, которые могут быть достаточно привередливы к условиям их использования, что влияет на жизненный цикл данных товаров и может как увеличивать его, так и сокращать.

Продвижение инновационного продукта на рынок предполагает особую ценовую политику в отношении этого продукта. Цена является центральным звеном в комплексе инновационного маркетинга. Через цены на инновации строятся все экономические отношения инновационного предприятия.

Анализ в данной статье произведен исходя из уровня цен на услуги проката электросамокатов.

Кикшеринги самокатов – сервисы для совместного использования электросамокатов без станций, которые решают проблему передвижения на небольшие расстояния в черте города.

В 2021 году в Минске начал работать шеринг электросамокатов JET, предлагающий свои услуги с помощью мобильного приложения.

Для аренды электросамоката JET необходимо:

- Скачать приложение и зарегистрироваться в сервисе.
- Найти на карте или на ближайшей парковке электросамокат.
- Отсканировать QR по правилу, через встроенную функцию в приложении.

В разных городах стоимость аренды может быть различной. Фактическую стоимость аренды можно увидеть в приложении или на значке электросамоката. Также можно купить один из бонусных пакетов: чем больше стоимость бонусного пакета, тем большая сумма будет зачислена на счет потребителя в качестве бонусов.

Сравнение компании JET с конкурентами

Компания	Стоимость поминутной оплаты	Стоимость старта поездки	Акции
JET	24 коп/мин	бесплатно	Бонусы при скачивании приложения
Eleven	30 коп/мин	2 бел. руб	С картами Альфа Банка MasterCard – 30% скидка. Соответственно: 21 коп/мин., старт поездки – 1,4 бел. руб.
Kolobike	21 коп/мин	1 бел. руб	С картами Visa (выпущенных белорусскими банками) – новые пользователи, которые привяжут карту Visa, получают 2 бел. руб. на счет Kolobike, за каждые 10 поездок в течение 30 дней – пользователи получают 2 бел. руб. на счет Kolobike.

Из плюсов кикшеринга JET – бесплатный старт. Минута пользования сопоставима с Kolobike и чуть дороже чем у Eleven. Минусы – залог для поездки 5 рублей.

Можно сделать вывод, что конкуренция на рынке инновационных товаров присутствует, чему по большей степени способствует стоимость за одну поездку и качество самого самоката, удобство использования приложения и время на регистрацию.

Рынок самокатов на данный момент является инновационным и все больше людей начинают пользоваться самокатами в своей повседневной жизни. Кикшеринги самокатов наиболее полезны тем, кто должен очень много передвигаться по густонаселенному городу.

При разработке нового изобретения не стоит растягивать процесс планирования внедрения на рынок. Каждый день в мире появляется инновационное изобретение, поэтому большое количество времени, затраченное на разработку, может стать причиной того, что разрабатываемый проект будет уже неактуальным. Поэтому, чем быстрее инновация внедряется на рынок, тем больше шансов для успеха.

Для того, чтобы новое изделие в наибольшей степени удовлетворяло потребности потребителей, фирма должна проанализировать мнения и пожелания потребителей. На основе этих мнений формулируется некоторый образ будущего продукта.

Процесс ценообразования инновационной продукции крайне сложен, так как, как правило, отсутствуют достоверные критерии, позволяющие объективно и однозначно оценить творческий труд, необходимый для

создания новшества. В обычной практике ценообразования цена товара базируется на совокупных затратах на его производство, а также на конкурентных усилиях производителя.

Библиографические ссылки

1. Виды и типы инноваций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://logistics.ru/learning/news/vidy-i-tipy-innovaciy>. – Дата доступа: 15.05.2022
2. Инновационное развитие организаций в современных экономических условиях : сборник материалов IV Форума молодых исследователей кафедры инноватики и предпринимательской деятельности, посвященного 100-летию БГУ, Минск, 28 мая 2021 г. / БГУ, Экономический фак., Каф. инноватики и предпринимательской деятельности, СНИЛ «Центр инновационных проектов и трансфера знаний» ; [редкол.: В. Ф. Байнев (гл. ред.) и др.]. – Минск : БГУ, 2021. – С. 183 – 189.
3. Как использовать и хранить электросамокат зимой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.boonget.ru/articles/kak_hranit_elektrosamokat_zimoj. – Дата доступа: 12.05.2022.
4. Транспортно-логистический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infotrans.by/2021/07/29/v-minske-zarabotal-novyj-shering-elektrosamokatov-urent-uzhe-tretij-posle-eleven-i-kolobike/>. – Дата доступа: 14.05.2022.
5. Advantages & Disadvantages of Electric Scooters [Electronic resource]. – Mode of access: <https://environmental-conscience.com/electric-scooters-pros-cons/> – Date of access: 15.05.2021.