

МОДЕЛЮВАННЯ ЕВОЛЮЦІЇ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧА ДЛЯ ПРОГНОЗНОЇ ОЦІНКИ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ІННОВАЦІЙ

Відповідність нових продуктів потребам споживачів є одною з основних умов їх ринкового успіху. Існуючі методи оцінки цієї відповідності, що базуються на даних маркетингових досліджень потреб та ступеня їх задоволеності, дають змогу оцінити лише «явні» потреби на момент тестування споживача, у той час як умовою успішності нового продукту стає визначення, поряд з поточним, майбутнього стану потреб, які дадуть змогу передбачити майбутню оцінку споживачем цінності нового продукту [1].

Потреби споживачів еволюціонують у напрямку, що визначається законом зростання потреб та динамікою зміни значущості потреб різного рівня у ієрархії потреб. Для оцінки часового тренду споживачьких потреб запропоновано застосовувати еволюційні моделі у вигляді ліній розвитку потреб, етапи яких відповідають їх еволюційно закономірним дискретним станам [2]. Дискретизація закономірностей розвитку довільних систем з формуванням ліній розвитку [3] у вигляді послідовності дискретних станів, які закономірно проходить система у процесі еволюції, спрощує визначення її поточного та майбутнього еволюційного станів. При цьому критерієм коректності інноваційного продукту є його відповідність поточному або майбутньому етапам обраних ліній розвитку. Метою даної роботи є розробка еволюційних моделей способів задоволення потреб споживачів у вигляді відповідних ліній розвитку, придатних для використання в процесі прогностичної оцінки споживчोї цінності інновації, з урахуванням зміни потреб споживачів та ставлення до способів їх задоволення під впливом глобальних тенденцій розвитку суспільства і ринку та споживачьких трендів, які ці тенденції відбивають.

У [2] показано, що задоволення довільних потреб еволюціонує у напрямку «ідеалізації» (тобто задоволення у момент та місці виникнення потреби без витрат на її задоволення), яка реалізується через: 1) динамізацію, інтеграцію та спеціалізацію потреб і способів їх задоволення з наступним їх взаємоузгодженням; 2) збільшення рівня задоволення кожної потреби та кількості сумісно задоволених потреб (у т.ч. за рахунок виникнення можливостей задоволення нових потреб внаслідок сумісного задоволення кількох потреб); 3) зменшення витрат споживача на задоволення потреб та зменшення супутніх цьому задоволенню шкідливих ефектів. Виходячи з цього, можна, за

аналогією до ліній розвитку інших систем, побудувати узгоджені з напрямками розвитку потреб лінії розвитку способів задоволення потреб. Нами було виділено кілька таких ліній, серед яких найбільш очевидними є наступні: лінія спеціалізації способів задоволення потреб відповідно до ознак споживацьких сегментів (відповідає лініям диверсифікації та спеціалізації потреб); лінія динамізації задоволення потреб; лінії узгодження задоволення потреби з місцем, часом та умовами її виникнення і бажаного задоволення; лінія скорочення кількості проміжних етапів в процесі задоволення потреби (наближення до задоволення кінцевої потреби); лінія суміщення задоволення різних потреб (у часі, просторі тощо); лінія збільшення участі споживача у створенні і реалізації засобу задоволення потреби; лінія зменшення зусиль споживача на задоволення потреби. Для кожної лінії було ідентифіковано основні її етапи. Наприклад, лінія спеціалізації способів задоволення потреб, яка відповідає тенденціям на диверсифікацію та спеціалізацію потреб [2], за своєю сутністю є лінією диференціації способів задоволення потреб стосовно вимог все дрібніших сегментів у просторі ознак цих сегментів та способів все більшої мірності: спеціалізація за очевидними сегментами \Rightarrow збільшення рівня та диференціація задоволення потреби відповідно до вимог все вужчої групи споживачів \Rightarrow диференціація стосовно умов та результатів задоволення потреб даної групи \Rightarrow подальша диференціація за іншими, неочевидними для задоволення потреби ознаками \Rightarrow індивідуалізація способу задоволення потреби.

Індикатор I еволюційного стану задоволеності потреб споживача можна розглядати як вектор $I = \{I_i\}$, де I_i - індикатори еволюційного стану за окремими лініями розвитку, чисельно рівні номеру етапу на відповідній лінії розвитку потреби та способів її задоволення. У випадку еволюційно коректної зміни пропозиції цінності із задоволення певної потреби чи групи потреб значення цих індикаторів не може зменшуватись, оскільки це суперечить закономірностям розвитку потреб, що дає змогу використати ці індикатори для оцінки доцільності інноваційного перетворення.

1. Customer Needs in Market-Driven Product Development: Product Management and R&D Standpoints / [Majava J., Nuottila J., Haapasalo H., Law K.] // Technology and Investment. – 2014. – Vol. 5. – No. 1. – P. 16-25.

2. Petrov V. Laws of Development of needs [Електронний ресурс] / V. Petrov. – Режим доступу до журн.: <http://www.triz-journal.com/archives/2006/03/02.pdf>

3. Mann D. Hands-On Systematic Innovation / D. Mann. – UK: IFR Press, 2010. – 492 p.

Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: збірник тез доповідей
VIII Міжнародної науково-практичної конференції, 25-26 вересня 2014
року. – Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2014. - С. 39-40.