

ІЄРАРХІЧНА МОДЕЛЬ СПОЖИВЧОГО ВИБОРУ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Глухова С.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Оцінка ефективності інноваційної діяльності з позиції споживача формується на основі загальної теорії споживчої вартості, відповідно до якої вартість товару обумовлюється його корисністю, тобто здатністю задовольняти потреби споживачів. Для встановлення пріоритетності атрибутів будівельної продукції в даному дослідженні використано метод аналізу ієрархій (МАІ) [1].

Базуючись на основних положеннях теорії споживчої поведінки, сформовано умови споживчого вибору, які покладено в основу критеріїв, а саме: відповідність характеристик потребам споживача; вплив характеристик будівельної продукції на ступінь задоволення потреб споживачів та якість споживання; обсяг витрат, який здійснює споживач для задоволення своїх потреб при виборі та споживанні будівельної продукції. Для здійснення реалізації етапів даного методу було залучено 10 експертів-практиків з ряду найбільш інноваційно активних будівельних підприємств.

За результатами дослідження можна зробити висновок, що найбільшу вагу під час здійснення споживчого вибору будівельної продукції має витратний критерій (0,413), близьким до нього є критерій відповідності (0,362), а найменший вплив належить критерію якості (0,224).

Завершальним етапом є здійснення ієрархічного синтезу вагомості критеріїв та пріоритетності характеристик. Для цього узагальнено вектори пріоритетів критерію та споживчих характеристик в межах кожного з них.

Це дало змогу сформулювати модель споживчого вибору будівельної продукції, на основі якої підприємство зможе оцінити відповідність створеної інноваційної продукції потребам споживача (формула 1):

$$CB^{ІП} = 0,206 \times Ц + 0,204 \times ЦП + 0,189 \times E_{експ} + 0,138 \times I + 0,105 \times З + 0,091 \times E + 0,067 \times НС, \quad (1)$$

де $CB^{ІП}$ – споживчий вибір інноваційної будівельної продукції;

$Ц$ – ціна інноваційного продукту;

$ЦП$ – повнота задоволення цільової потреби;

$E_{експ}$ – експлуатаційні характеристики;

I – інфраструктура, в якій знаходиться продукція;

$З$ – вплив інноваційної продукції на здоров'я споживача;

E – естетичний вигляд інноваційної продукції;

$НС$ – вплив інноваційного продукту на навколишнє середовище.

Література:

1. Саати Т. Аналитическое планирование организационных систем / Т. Саати, К. Кернс. – М. : Радио и связь, 1991. – 432 с.