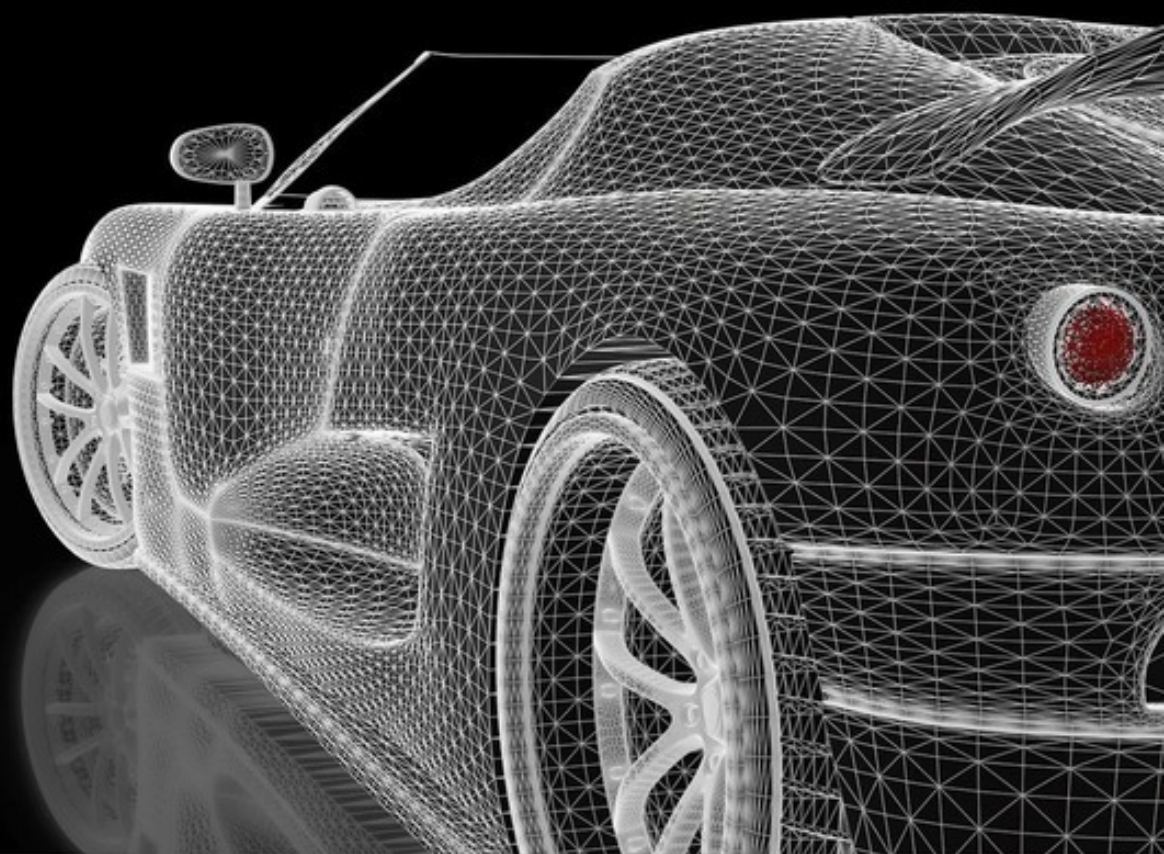


Владимир Петров



**СИСТЕМНЫЙ
АНАЛИЗ
ПРОДВИЖЕНИЯ
ПРОДУКТА НА
РЫНОК**

ТРИЗ

Владимир Петров

**Системный анализ продвижения
продукта на рынок. ТРИЗ**

«Издательские решения»

Петров В.

Системный анализ продвижения продукта на рынок. ТРИЗ /
В. Петров — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-930972-3

Предлагается методика продвижения продуктов на рынок, использующая
закономерности развития продукта, компании и рынка и их взаимодействие.

ISBN 978-5-44-930972-3

© Петров В.
© Издательские решения

Содержание

Введение	6
Закономерности развития бизнеса	7
Этапы развития продукта	8
Конец ознакомительного фрагмента.	9

Системный анализ продвижения продукта на рынок ТРИЗ

Владимир Петров

© Владимир Петров, 2018

ISBN 978-5-4493-0972-3

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Предлагается методика продвижения продуктов на рынок, использующая закономерности развития продукта, компании и рынка и их взаимодействие.

Введение

В основе предлагаемой методики лежат системный анализ, функциональный подход, теория решения изобретательских задач (ТРИЗ), эволюционный подход, анализ большого массива развития практических существовавших и существующих изделий (услуг), компаний и рынков.

Методика включает:

- системный подход к бизнесу и развитию продуктов (услуг);
- методику выявления потребностей (в том числе скрытых потребностей);
- методику прогнозирования развития существующих и новых потребностей;
- закономерности развития продукта (услуги), фирмы и рынка на каждом из этапов их развития;
- методику прогнозирования развития продукта или услуги;
- инструменты для выявления и решения сложных бизнес-задач.

Основное внимание уделяется системному подходу в продвижении продукта на рынок. Методика прогнозирования развития потребностей была изложена автором в¹, методика прогнозирования развития продукта изложена в², инструменты для выявления и решения сложных задач частично изложены в³.

¹ **Петров В. Законы развития потребностей.** – *Управленческий консультант*. Настольная книга руководителя. – К.: ТзОВ «БНЛ», 2005. – 398 с. – С. 325—341 и на сайте **Vladimir Petrov. Laws of Development of Needs – The TRIZ Journal.** <http://www.triz-journal.com/archives/2006/03/02.pdf>. Петров Владимир. Законы развития систем: ТРИЗ / Владимир Петров. [б. м.]: Издательские решения, 2018. – 894 с. – ISBN 978-5-4490-9985-3

² **Петров В. Прогнозирование развития систем.** – Тель-Авив, 2002. <http://www.trizland.ru/trizba/pdf-books/zrts-19-prognoz.pdf> Петров Владимир. Законы развития систем: ТРИЗ / Владимир Петров. [б. м.]: Издательские решения, 2018. – 894 с. – ISBN 978-5-4490-9985-3

³ **Петров В. Базовый курс по теории решения изобретательских задач.** – Тель-Авив, 2002. <http://trizfido.narod.ru/00/petrov.htm> Петров Владимир. Основы ТРИЗ: Теория решения изобретательских задач/ Владимир Петров. [б. м.]: Издательские решения, 2018. —720 с. – ISBN 978-5-4493-3726-9

Закономерности развития бизнеса

Продвижение продукта на рынок как минимум зависит от самого **продукта**, от **фирмы**, разрабатывающей и выпускающей этот продукт, и от **рынка** сбыта продукта.

Каждый из указанных объектов развивается по определенным законам⁴. Успех продвижения продукта на рынок зависит не только от правильного использования этих законов, но и от правильного взаимодействия законов развития продукта, фирмы и рынка.

Рассмотрение всех законов развития продукта, фирмы и рынка требует много времени⁵, поэтому мы остановимся только на одном законе.

Любая система проходит несколько этапов своего развития (рис. 1).

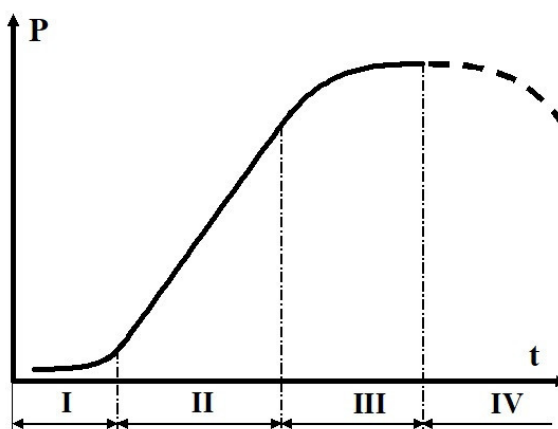


Рис. 1. S-образная кривая роста

Где: P – параметр системы, t – время.

В начале система развивается медленно (этап I), при достижении определенного уровня ее развитие ускоряется (этап II) и после достижения некоторого более высокого уровня скорость роста уменьшается и в конечном итоге рост параметра системы прекращается (этап III), что означает появление в системе некоторых противоречий. Иногда параметры системы начинают уменьшаться (этап IV) – система «умирает». IV этап характерен не для всех систем. Некоторые системы так и остаются на III этапе.

Подобные кривые часто называют **S-образными** или **логистическими**.

⁴ Часть методики и закономерностей развития компаний изложены в работе: Злотин Б. Л., Зусман А. В., Каплан Л. А. **Закономерности развития коллективов**. – Кишинев: МНТЦ «Прогресс», 1990.

⁵ Частично эти законы в трактовке автора изложены в серии статей: Петров В. Серия статей «**Законы развития систем**» <http://www.trizland.ru/trizba.php?id=108> Полностью законы изложены в Петров В. **Законы развития систем: ТРИЗ** / Владимир Петров. [б. м.]: Издательские решения, 2018. – 894 с. – ISBN 978-5-4490-9985-3

Этапы развития продукта

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.