

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНО-ВАРТІСНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБІВ

Шапорєв В.П., Дроздов В.Д.

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

Конкурентоспроможність виробів – це комплексна характеристика товару, яка визначає його переваги на ринку порівняно з аналогічними товарами-конкурентами за ступенем задоволення потреби та витратами на це задоволення [1]. Інтегральний показник конкурентоспроможності $K_{\text{инт}}$ визначається так: $K_{\text{инт}} = I_{\text{ТП}} / I_{\text{ЕП}} \geq 1$, де $I_{\text{ТП}}$ – груповий параметричний індекс за технічними параметрами, що характеризує, в цілому, технічний рівень товару, його властивості задовольняти потреби споживача; $I_{\text{ЕП}}$ – груповий параметричний індекс за економічними параметрами, що характеризує витрати на задоволення вказаних потреб. Як бачимо, конкурентоспроможність залежить як від технічного рівня товару, так і від витрат на забезпечення цього рівня.

Для пошуку резервів зниження витрат на створення та експлуатацію нового виробу доцільно використовувати системні методи, зокрема метод функціонально-вартісного аналізу (ФВА). Згідно [2], ФВА – це метод комплексного дослідження функцій нового товару, що забезпечують його необхідні споживчі властивості та витрат на їх прояв на всіх етапах життєвого циклу. Завдання ФВА – виявлення, попередження, скорочення або ліквідація зайвих витрат на стадії розробки та освоєння виробництва нового товару з метою підвищення його конкурентоспроможності.

Незважаючи на очевидну перспективність методу ФВА, практичне його застосування носить обмежений характер. Відмітимо найбільш важливі, на нашу думку, фактори, що обумовлюють таку ситуацію:

- ФВА не є формалізованим, а тому його застосування вимагає від споживачів значних зусиль в освоєнні навиків творчої діяльності в області розробки нової техніки, в практичному оволодінні основними прийомами та методами винахідницької діяльності;

- аналіз та дослідження виробу потребує вміння: виділити основні та допоміжні функції виробу; оцінити їх значимість, незважаючи на різну природу та одиниці виміру; виявити технічні протиріччя в конструкції; оцінити відношення значимості кожної з виділених функцій та витрат на її забезпечення; виявити «критичні» відношення та запропонувати альтернативні рішення з метою усунення «критичних» відношень.

Література:

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник. – Київ: Лібра, 2002. – 705 с.
2. Карпунин М.Г., Любинецкий Я.Г., Майданчик Б.И. Жизненный цикл и эффективность машин. – М.: Машиностроение, 1989. – 312 с.