

ОЦЕНКА ДИСФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ ТОВАРА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМ АССОРТИМЕНТОМ

© 2012 К.Р. Мельковская*

Ключевые слова: функция товара, маркетинговая мультифункциональная структура товара, дисфункция, дисфункциональность товара, товарный ассортимент.

Рассматривается функциональный взгляд на управление товарным ассортиментом машиностроительного предприятия, даются определения и раскрываются подходы к оценке дисфункций и дисфункциональности товаров, использование которых способствует повышению степени адекватности структуры товарного ассортимента запросам целевых сегментов рынка.

Проблема анализа товарного ассортимента в настоящее время перед российскими машиностроителями стоит особенно остро. При этом разнообразные подходы к анализу товарного ассортимента наряду с многочисленными достоинствами имеют и существенные недостатки, главный из которых, на наш взгляд, заключается в отсутствии выявления причинно-следственной связи роста/падения спроса на тот или иной товар. Данное положение обусловило актуальность рассматриваемой проблемы, решение которой нами видится в исследовании совокупности функций выпускаемых машиностроительным предприятием изделий и в объективном сопоставлении их характеристик с запросами потребителей.

Обозначим используемые и вводимые автором ключевые понятия, которые полезно использовать в анализе товарного ассортимента:

♦ функция товара - способность товара осуществлять определенные действия, для выполнения которых он был произведен;

♦ предлагаемая функция товара - реализуемый предприятием на рынке уровень технического совершенства выполнения товаром определенной функции;

♦ требуемая функция товара - потребительские ожидания по техническому совершенству выполнения приобретаемым товаром определенной функции;

♦ техническое совершенство функции товара - степень соответствия специальных характеристик функции товара достигнутому уровню в данной сфере человеческой деятельности;

♦ дисфункция товара - несоответствие характеристик предлагаемой функции товара требуемому потребителем уровню (отсутствие функции, недостаточно или чрезмерно полная реализация либо пониженное качество выполнения функции);

♦ дисфункциональность товара - несоответствие характеристик функциональной структуры товаров, выпускаемых предприятием, запросам потребителей, т.е. совокупность всех имеющихся дисфункций.

Таким образом, в качестве главного инструмента анализа товарного ассортимента, на наш взгляд, должен выступать расчет уровней дисфункций и общей дисфункциональности товаров. В данном аспекте первоочередным мероприятием является создание маркетинговой мультифункциональной структуры товара (см. рисунок), в этих целях целесообразно ввести следующие специальные обозначения:

ФГ - главная функция товара - основное назначение данного товара;

ФД - дополнительная функция товара - его способность выполнять действия, которые обеспечивают повышение качества, расширение диапазона, увеличение полезного времени выполнения главной функции;

ФО - ожидаемая потребителем функция товара - его способность выполнять действия, косвенно связанные с главной функцией, но востребованные потребителями чаще всего для повышения личного комфорта при его эксплуатации;

ФС - функция товара сверхпотребительского ожидания, по аналогии с ожидаемой

* Мельковская Ксения Романовна, аспирант Брянского государственного технического университета.
E-mail: mkr-eoru@mail.ru.

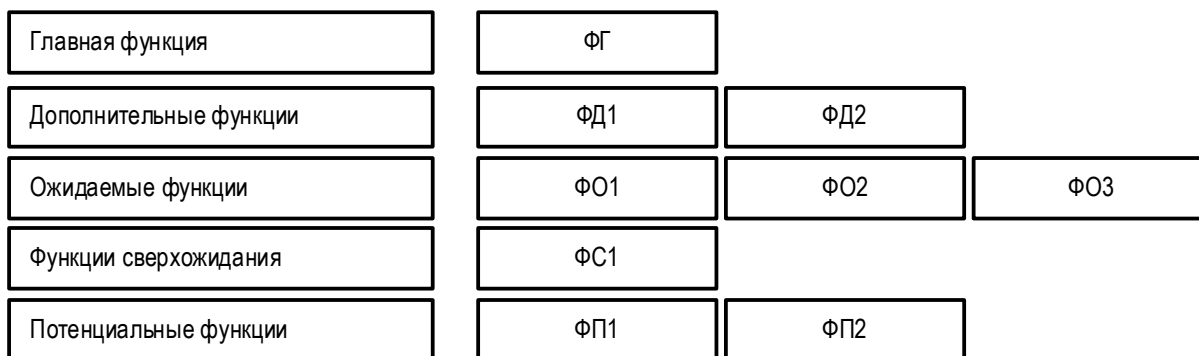


Рис. Маркетинговая мультифункциональная структура товара X

косвенно связана с главной функцией, но, в отличие от предыдущей, ее присутствие в функциональной структуре товара для потребителя не является обязательным;

ФП - потенциальная функция товара, т.е. возможные изменения в функциональной структуре товара за счет его способности модифицироваться.

Следует отметить, что формулирование каждой функции и состав элементов функциональной структуры товара зависят от конкретных условий его работы, изменение которых зачастую приводит к их качественной трансформации.

Переходя непосредственно к оценке степени дисфункциональности товаров, введем специальные обозначения:

x_i - требуемый для конкретных условий работы (в зависимости от целей потребителя) уровень технического совершенства исполнения i -й функции товара:

$$x_i \in X, \quad (1)$$

где ;

- фактически предлагаемый производителем уровень технического совершенства выполнения i -й функции товара:

$$y_i \in Y, \quad (2)$$

где .

В свою очередь, известно, что значения показателей x_i и y_i изменяются с течением времени, следовательно:

$$\begin{cases} x_i = h_i(t), \\ y_i = g_i(t). \end{cases} \quad (3)$$

Предполагается, что $g_i(t) \rightarrow h_i(t)$, т.е., руководствуясь положениями функционального маркетинга, предприятие должно постоянно стремиться к созданию такой функциональной структуры каждой позиции выпускаемого товарного ассортимента, характеристики которой максимально соответствуют требованиям конкретных потребителей.

Оценку параметров фактически достигнутого производителем уровня выполнения главной и дополнительных функций товара рекомендуется проводить путем расчета величины реальных функциональных показателей (производительность, мощность, скорость и т.п.), а в случае анализа ожидаемых, сверх ожидания и потенциальных функций руководствоваться качественными характеристиками (наличие, отсутствие, достаточность, эстетичность, эргономичность и т.д.), проставляя соответствующей функции балл по шкале от 0 (min) до 1,0 (max) с точностью до 0,1. В свою очередь, оценку требуемого уровня технического совершенства выполнения определенной функции машиностроительного товара предполагается осуществлять на основе маркетинговых исследований потребностей целевых сегментов рынка, прибегнув к анкетированию, предлагающему респондентам описать предположительный характер условий функционирования данного товара, по результатам которого рассчитываются требуемые функциональные параметры. Таким образом, для определения значения дисфункции i -й функции товара () необходимо рассчитать отклонение параметров предлагаемой функции от требуемой потребителем:

Оценку параметров фактически достигнутого производителем уровня выполнения главной и дополнительных функций товара рекомендуется проводить путем расчета величины реальных функциональных показателей (производительность, мощность, скорость и т.п.), а в случае анализа ожидаемых, сверх ожидания и потенциальных функций руководствоваться качественными характеристиками (наличие, отсутствие, достаточность, эстетичность, эргономичность и т.д.), проставляя соответствующей функции балл по шкале от 0 (min) до 1,0 (max) с точностью до 0,1. В свою очередь, оценку требуемого уровня технического совершенства выполнения определенной функции машиностроительного товара предполагается осуществлять на основе маркетинговых исследований потребностей целевых сегментов рынка, прибегнув к анкетированию, предлагающему респондентам описать предположительный характер условий функционирования данного товара, по результатам которого рассчитываются требуемые функциональные параметры. Таким образом, для определения значения дисфункции i -й функции товара () необходимо рассчитать отклонение параметров предлагаемой функции от требуемой потребителем:

$$. \quad (4)$$

Таким образом, при условии стремления предприятия снижать степень дисфункций товаров до нуля автором нормативно выделены следующие области.

ЛАЭ - линия адаптивной эффективности¹ i -й функции товара, т.е. уровень ее функциональных показателей максимально удовлетворяет запросам потребителей, что характеризуется $\Delta f_i(t) = 0$.

A1 и A2 - области незначительной дисфункции i -й функции товара, характеризующиеся предлагаемой функцией товара как очень близкой к требуемой потребителями:

◆ A1 - недостаточность предлагаемой функции: $0 < \Delta f_i(t) \leq 0,1$;

◆ A2 - избыточность предлагаемой функции:

B1 и B2 - области умеренной дисфункции i -й функции товара, т.е. сравнительно среднего уровня недостаточности и избыточности (соответственно) предлагаемой функции товара:

◆ B1 - недостаточность предлагаемой функции: $0,1 < \Delta f_i(t) \leq 0,3$;

◆ B2 - избыточность предлагаемой функции:

V1 и V2 - области высокой дисфункции i -й функции товара, т.е. острой недостаточности и избыточности (соответственно) предлагаемой функции товара:

◆ V1 - недостаточность предлагаемой функции;

◆ V2 - избыточность предлагаемой функции:

G1 и G2 - области крайней дисфункции i -й функции товара, которые характеризуются очень высоким уровнем отклонений предлагаемых параметров функции товара от требуемых потребителем:

◆ G1 - недостаточность предлагаемой функции;

◆ G2 - избыточность предлагаемой функции:

D1 и D2 - области абсолютной дисфункции i -й функции товара, что указывает на от-

сутствие в функциональной структуре исследуемого товара требуемой функции и, наоборот, наличие функции, которую потребитель не желает оплачивать:

◆ D1 - отсутствие требуемой функции;

◆ D2 - наличие нежелательной функции:

В свою очередь, как отмечалось выше, совокупность всех имеющихся дисфункций образует дисфункциональность товара (), при этом в целях структуризации дисфункций товара целесообразно применять метод подсчета Борда², который за счет определения весов (k_i) для каждого значения дисфункции в зависимости от расположения функции в предлагаемой автором мультифункциональной структуре позволяет при анализе общей дисфункциональности выделять приоритетные направления корректировки. Таким образом, общий уровень дисфункциональности предлагается определять следующим образом:

(5)

где n - общее количество функций, выполняемых анализируемым товаром.

Подводя итог, отметим, что общий уровень дисфункциональности каждой позиции товарного ассортимента выражается функцией времени, расчет значения которой должен дополняться анализом ее структуры, что позволяет выявлять и разрабатывать мероприятия по устранению отклонений от запросов рынка в функциональных структурах выпускаемых товаров, тем самым максимально ориентируясь на потребности потребителей.

¹ Сухарев О.С. Теория экономической дисфункции. М., 2001. С. 91.

² Словарь современной экономической теории Макмиллана. М., 2003. С. 57.

Поступила в редакцию 07.06.2012 г.