**1.Товар**

Кроссовки New Balance

**2.Описать 3 целевые группы**

Для спорта-люди выбирающие обычные кроссовки сугубо для занятия спортом. То есть это люди которые приобретают кроссовки для занятий каким-то видом спорта или для занятий в спортзале, но в обычной жизни они кроссовки не носят, а используют более строгий стиль. Главная потребительная функция – быть удобными и безопасность.

В повседневной жизни – это большая часть молодежь, которая выбирает кроссовки отталкиваясь уже от вкусов, моды, стиля. Для этих людей кроссовки это основная обувь в их повседневной жизни. Главная потребительская функция – быть долговечными и быть практичными.

Люди, которые хотят выделиться и показать свою уникальность. Как правило, это люди с высоким статусом в обществе. Их главная потребительская функция – имидж.

**3.Описать функции данного товара (внешнее и внутренние)**

Кроссовки

F1.1

Быть легкими

F1.2 Быть воздухопроницаемми

F2.1

Быть привлекательными

F2.2 Быть узнаваемыми

F3.1

Быть качественным

F3.2

Быть прочным

F4.1

Быть универсальными

F4.2 Минимальный уход

F5.1 Быть не скользкими

F5.2 Фиксировать стопу

F1

Быть удобными

F2

Имидж

F3

Быть долговечными

F4 Быть практичным

F5

Безопасность

**4 Выявить товары конкуренты по функциям**

1. Быть удобным -подушка
2. Имидж -легковая машина
3. Быть долговечным-наручные часы
4. Быть практичным –ноутбук
5. Безопасность –защитное стекло

**5 Альтернативное исполнение или альтернативные функции.**

Перчатки ,Шапка, Ластик.

**6. Составить структурную модель (разбить на компоненты).**

Кроссовки NB

**7. Составить структурно-функциональную модель.**

Кроссовки

F1.1

Быть легкими

F1.2

 Быть воздухопроницаемми

F2.1

Быть привлекательными

F2.2

 Быть узнаваемыми

F3.1Быть качественным

F3.2

Быть прочным

F4.1Быть универсальными

F4.2 Минимальный уход

F5.1 Быть не скользкими

F5.2 Фиксировать стопу

F1

Быть удобными

F2

Имидж

F3

Быть долговечными

F4 Быть практичным

F5

Безопасность

**8. Оценить затраты на функции.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Детали | Затраты | | F1  быть удобным | | F2 Имидж | | F3  Быть долговечным | | F4 Быть практичным | | F5  Безопасность | |
| Руб. | % | F1.1 Быть легким | F1.2 Быть воздухопроницаемым | F2.1 Быть привлекательным | F2.2 Быть узнаваемым | F3.1 быть качественным | F3.2 Быть прочным | F4.1 Быть универсальным | F4.2.Минимальный уход | F4.2 быть не скользким | F5.1 Фиксировать стопу |
| С1 Подошва | 95 | 23,75 | 3,75 |  |  |  |  | 5 |  | 5 | 10 |  |
| С2 Форма | 100 | 25 | 2,5 |  | 5 | 2,5 | 5 |  | 5 |  |  | 5 |
| С3 Шнурки | 20 | 5 |  |  | 5 |  |  |  |  |  |  |  |
| С4 Материал | 140 | 35 |  | 8 | 5 |  | 8 | 5 | 4,5 | 4,5 |  |  |
| С5 Доп.элементы | 45 | 11,25 |  |  | 5 | 6,25 |  |  |  |  |  |  |
| итого | 400 | 100 | 6,25 | 8 | 20 | 8,75 | 13 | 10 | 9,5 | 9,5 | 10 | 5 |

**9. Оценить веса функции 2-мя методами.**

Метод попарного сравнения

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Функции | F1 | F2 | F3 | F4 | F5 | Кол-во | Вес |
| F1 Быть удобным | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 4 | 0,27 |
| F2 Имидж | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 0,06 |
| F3 Быть долговечным | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 0, 2 |
| F4 Быть практичным | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 0,2 |
| F5 Безопасность | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 0,27 |
| Итого |  |  |  |  |  | 15 | 1 |

**Вывод:**

Самая важная функция – удобство и безопасность. Наименее – имидж.

Метод расстановки приоритетов

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вариант | F1 | F2 | F3 | F4 | F5 | Сумма по строке | Абсолютный приоритет | Значимость |
| F1 Быть удобным | 1 | 1,5 | 1,5 | 1 | 1 | 6 | 28,75 | 0,238 |
| F2 Имидж | 0,5 | 1 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 3 | 14 | 0,116 |
| F3 Быть долговечным | 0,5 | 1,5 | 1 | 1 | 0,5 | 4,5 | 20,25 | 0,167 |
| F4 Быть практичным | 1 | 1,5 | 1 | 1 | 0,5 | 5 | 23,25 | 0,193 |
| F5 Безопасность | 1 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1 | 6,5 | 34,5 | 0,286 |
| Сумма |  |  |  |  |  |  | 120,75 | 1 |

Pijабс = 1.0 \* 6 + 1.5 \* 3+ 1.5 \* 4,5 + 1 \* 5 + 1\* 6.5 = 28,75

Pijабс = 0.5 \* 6+ 1.0 \* 3+ 0,5 \* 4,5+ 0.5 \* 5 + 0,5 \* 6.5 = 14

Pijабс = 0.5 \* 6 + 1.5 \* 3.0 + 1 \* 4,5 + 1\* 5 + 0,5 \* 6.5 = 20.25

Pijабс = 1 \* 6 + 1.5 \* 3.0 + 1 \* 4,5 + 1 \* 5 + 0,5 \* 6.5 = 23,25

Pijабс = 1 \* 6 + 1.5 \* 3.0 + 1,5 \* 4,5 + 1,5 \* 5 + 1 \* 6.5 = 34,5

**Вывод:**

Самая важная функция – безопасность. Наименее – имидж.

**10. Определение относительных приоритетов (весов) критериев оценки функции товара :**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Критерий | Оценка критерия по сравнению с | | | Сумма по строке | β | βотн |
| 1 | 2 | 3 |
| 1. для спорта | 1 | 1 | 1.5 | 3.5 | 10 | 0.392 |
| 2. повседневные | 1 | 1 | 1.5 | 3.5 | 10 | 0.392 |
| 3. для имиджа | 0.5 | 0.5 | 1 | 2.0 | 5.5 | 0.216 |
| Сумма | - | - | - | - | 25.5 | 1 |

**11. Определение относительных приоритетов функций товара по первому критерию:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Функция | Оценка функции по сравнению с | | | | | Сумма по строке | Pабс | Pотн |
| F1 | F2 | F3 | F4 | F5 |
| F1 Быть удобным | 1 | 1.5 | 1.5 | 1,5 | 1 | 6.5 | 31 | 0.27 |
| F2 Имидж | 0.5 | 1 | 0.5 | 0,5 | 0.5 | 3 | 14 | 0.12 |
| F3 Быть долговечным | 0.5 | 1.5 | 1 | 1 | 0.5 | 4.5 | 20 | 0.17 |
| F4 Быть практичным | 0,5 | 1,5 | 1 | 1 | 0.5 | 4.5 | 20 | 0.17 |
| F5 Безопасность | 1 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1 | 6.5 | 31 | 0.27 |
| Сумма |  |  |  |  |  |  | 116 | 1 |

**12. Определение относительных приоритетов функций товара по второму критерию:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Функция | Оценка функции по сравнению с | | | | | Сумма по строке | Pабс | Pотн |
| F1 | F2 | F3 | F4 | F5 |
| F1 Быть удобным | 1 | 1.5 | 0,5 | 0,5 | 1 | 4.5 | 20 | 0.17 |
| F2 Имидж | 0.5 | 1 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 3.0 | 14.0 | 0.12 |
| F3 Быть долговечным | 1,5 | 1.5 | 1 | 1 | 1,5 | 6.5 | 31 | 0.27 |
| F4 Быть практичным | 1,5 | 1.5 | 1 | 1 | 1,5 | 6.5 | 31 | 0.27 |
| F5 Безопасность | 1 | 1.5 | 0,5 | 0,5 | 1 | 4.5 | 20 | 0.17 |
| Сумма |  |  |  |  |  |  | 116 | 1 |

**13. Определение относительных приоритетов функций товара по третьему критерию:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Функция | Оценка функции по сравнению с | | | | | Сумма по строке | Pабс | Pотн |
| F1 | F2 | F3 | F4 | F5 |
| F1 Быть удобным | 1 | 0.5 | 1 | 1 | 1 | 4,5 | 21,5 | 0.18 |
| F2 Имидж | 1.5 | 1 | 1.5 | 1.5 | 1,5 | 7 | 34 | 0.28 |
| F3 Быть долговечным | 1 | 0.5 | 1 | 1 | 1 | 4,5 | 21,5 | 0.18 |
| F4 Быть практичным | 1 | 0.5 | 1 | 1 | 1 | 4,5 | 21,5 | 0.18 |
| F5 Безопасность | 1 | 0,5 | 1 | 1 | 1 | 4,5 | 21,5 | 0.18 |
| Сумма |  |  |  |  |  |  | 120 | 1 |

**14 Комплексный приоритет**

**.**

P1 = (0.392 \* 0.27 + 0,392 \* 0.17 + 0.216 \* 0.18) \* 100 = 0,21

P2 = (0.392 \* 0.12 + 0.392 \* 0.12 + 0.216 \* 0.28) \* 100 = 0,15

P3 = (0.392 \* 0.17 + 0.392 \* 0.27 + 0.216 \* 0.18) \* 100 = 0,21

P4 = (0.392 \* 0.17 + 0.392 \* 0.27 + 0.216 \* 0.18) \* 100 = 0,21

P5 = (0.392 \* 0.27 + 0.216 \* 0.17 + 0.392 \* 0.18) \* 100 = 0,21

**15 Построить диаграмму качества исполнения функций**

**16 Оценить качество исполнения функций.**

|  |  |
| --- | --- |
| **вес** | **%** |
| F3 | F2 |
| F4 | F3 |
| F5 | F4 |
| F1 | F5 |
| F2 | F1 |

Из диаграммы качества исполнения функций и представленной выше таблицы соответствия весов и затрат функций можно сделать вывод, что с точки зрения функционально-стоимостного анализа продукт не сбалансирован, то есть затраты на реализацию тех или иных функций товара распределяются непропорционально значимости (весам) данных функций для выделенных целевых аудиторий. То есть товар нуждается в оптимизации затрат.

Одним из путей оптимизации товара может быть сокращение затрат на реализацию функции имиджа F2 (как наиболее затратную).

С точки зрения маркетинга, оптимизацию затрат на реализацию функций кроссовок возможно осуществить посредством модификации ассортиментной политики предприятия, а именно возможна дифференциация кроссовок на товар, в котором делается акцент на имиджевые свойства и продукт, в котором акцент делается на удобство, практичность и безопасность.