

Студ. М. М. Ермолинская  
Науч. рук. ст. преп. А. А. Пузыревская  
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

## **РОЛЬ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОГО АНАЛИЗА ПРИ РАЗРАБОТКЕ НОВОГО ТОВАРА**

Разработка, создание и последующая реализация новых продуктов является одним из ключевых направлений деятельности маркетинга. В современном мире, в условиях сильнейшей конкуренции, среди огромнейшего количества товаров и услуг, а также бесконечно растущих потребностей, производитель вынужден подстраиваться и реализовывать новое. Это тем более актуально в настоящий момент, когда в связи с пандемией и практически всемирным карантинном, возникает многообразие новых потребностей.

Важно отметить, что новый товар можно понимать по-разному: как принципиально новый (инновация), как модернизация уже существующего товара, как новый товар для конкретного производителя. Однако, независимо от характера новизны товаров, очень часто при их разработке используется функционально-стоимостной анализ (ФСА).

ФСА — это метод системного анализа функций объекта, призванный добиться снижения издержек в области разработки объекта, производства и эксплуатации, сохраняя или повышая при этом его качество и полезность [1].

Теория ФСА сводится к двум основным тезисам:

– затраты на производство любого изделия состоят из 2 видов издержек: минимума издержек необходимых для изготовления изделия; «излишних» издержек, связанных с несовершенством конструкции, технологии и использованием неэффективных материалов (именно «излишние» затраты представляют собой один из резервов снижения себестоимости продукции);

– ФСА анализирует и исследует функции, которые реализует изделие. Задача ФСА – выявление варианта реализации функции, который является наиболее экономичным с точки зрения, как производителя, так и потребителя.

Принцип работы данного метода устроен таким образом, что специалист рассматривает исключительно функции объекта, стараясь при этом дать ответ на вопрос: «Каким другим, более дешевым способом, можно добиться реализации данной функции?». Такой подход очень хорошо совместим с основной идеей маркетинга, где для потребителя главное не сам товар, а выгода, которую он в себе содержит [2].

Сам функционально-стоимостной анализ протекает в следующих этапах: подготовительный, информационный, аналитический, творческий, исследовательский, рекомендательный, этап внедрения результатов [1].

В рамках данных этапов осуществляется комплекс работ:

- простое функциональное описание будущего изделия с последующим уточнением в виде требований к техническим характеристикам изделия (иначе говоря, установление стандартов технических характеристик и качества объекта);

- калькуляция себестоимости всех технологических операций и затрат на приобретение всех необходимых материалов и составляющих изделия, а также важно учесть расходы на возможные изменения (модернизация оборудования, внесение изменений в чертеж и т.д.);

- анализ каждой детали изделия по таким пунктам: определение элементов, выполняемых функций, стоимости; поиск более дешевых альтернатив и выбор наиболее подходящих; оформление нового варианта конструкции.

- наилучший вариант вынести на анализ руководству и подразделения предприятия.

Таким образом, при разработке нового товара, используя метод функционально-стоимостного анализа, у производителя есть возможность создать более ценный продукт, который, с одной стороны, будет более полно и качественно удовлетворять необходимую потребность, а с другой стороны, будет иметь меньшую себестоимость. При этом, производители, применяя данный метод, не несут огромных затрат на него (как правило, затраты на ФСА составляют 10-15% сэкономленных затрат). Более того, данный метод в ряде случаев, благодаря функциональному рассмотрению, позволяет прийти к более оригинальному и уникальному исполнению товара, что с точки зрения маркетинга является несомненным достоинством.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Ястремская, П. В. Функционально-стоимостный анализ: тексты лекций для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» очной и заочной форм обучения / П. В. Ястремская, С. В. Шишло, А. А. Пузыревская. – Минск: БГТУ, 2016. – 98 с.

2. Купер, Р. Функционально-стоимостной анализ. Практическое применение / Роберт С. Каплан, Робин Купер. – Москва [и др.]: Вильямс, 2008. – 352 с.