**1. Выбрать товар.**

Кроссовки спортивные найк

**2. Описать 3 целевые группы.**

1) Спортсмены-профессионалы, 16-40 лет, с высоким уровнем дохода, ценность – полезность, качество, удобство, технические характеристики.

2) Спортсмены-любители, 16-60 лет, с высоким/средним уровнем дохода, живущие в городах и близлежащей местности, ценность – практичность, качество, комфорт.

3) Девушки и парни, регулярно покупают кроссовки, с высоким/средним уровнем дохода, живущие в городах и близлежащей местности, ценность – известность бренда.

**3. Описать функции товара (Внешние и внутренние).**

**Кроссовки найк**

F1.1 Принадлежность к известному бренду

F1.2 Иметь дизайн

F2.1 эстетичность

F2.2 эргономичность

F3.1 Защита ног

F3.2 амортизация

F4.1

Плотная фиксация ног

F4.2  система венциляции

F5.1 привлекательность

F5.2 наличие упаковки и гарантии

F1

Имиджевая составляющая

F2

Предмет гардероба

F3

Безопасность

F4

Полезность

F5

Быть подарком

**4. Выявить товары конкуренты по функциям.**

F1 – ноутбук, фотоаппарат, мобильный телефон.

F2 – одежда, очки, сумка.

F3 – ботинки, топсайдеры, слипоны.

F4 – фрукты, телефон.

F5 – цветы, игрушки на радиоуправлении.

**5. Альтернативное исполнение или альтернативные функции.**

Туфли, рубашка, ботинки.

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

Кроссовки найк

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

**Кроссовки найк**

F5

Быть подарком

F4

Полезность

F3

Безопасность

F2

Предмет интерьера

F1

Имиджевая составляющая

F5.2 наличие упаковки и гарантии

F5.1 привлекательность

F4.2  система венциляции

F3.2 амортизация

F3.1 Защита ног

F2.1 эстетичность

F4.1

Плотная фиксация ног

F2.2

эргономичность

F1.2 Иметь дизайн

F1.1

F1.1 Принадлежность к известному бренду

**8. Оценить затраты на функции.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Детали | Затраты | F1Имидж составляющая | F2 предмет интерьера | F3Безопасность | F4Полезность  | F5Быть подарком |
| Руб. | % | F1.1 Принадлежность к известному бренду | F1.2 иметь дизайн | F2.1 эстетичность | F2.2эргономичность | F3.1 Защита ног | F3.2 амортизация | F4.1Плотная фиксация ног | F4.2  система венциляции | F5.1 привлекательность | F5.2 наличие упаковки и гарантии |
| С1 подошва | 120 | 22 | 2 | 4 | - | 4 | 4 | 3 | - | - | 3 | 2 |
| С2 стелька | 60 | 11 | 1 | - | - | 4 | - | 4 | - | - | 2 | - |
| С3 корпус | 260 | 48 | 6 | 6 | 4 | 5 | 6 | - | 5 | 5 | 5 | 6 |
| С4 шнурки | 40 | 8 | - | 2 | - | - | - | - | 3 | - | 3 | - |
| С5 вставки | 60 | 11 | 2 | 4 | 2 | - | - | - | - | - | 3 | - |
| Итого | 540 | 100 | 11 | 16 | 6 | 13 | 10 | 7 | 8 | 5 | 16 | 8 |

F1-27 F2-19 F3-17 F4-13 F5-24

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

Метод попарного сравнения

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Функции | F1 | F2 | F3 | F4 | F5 | Кол-во | Вес |
| F1 Имиджевая составляющая | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 4 | 0,33 |
| F2 Предмет интерьера | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 0,17 |
| F3 Безопасность | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 0,25 |
| F4 Полезность  | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 0,17 |
| F5 Быть подарком | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 0,08 |
| Итого |  |  |  |  |  | 12 | 1 |

**Вывод:**

Самая важная функция – имиджевая составляющая (F1). Наименее – быть подарком (F5).

Метод расстановки приоритетов

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вариант | F1 | F2 | F3 | F4 | F5 | Сумма по строке | Абсолютный приоритет | Значимость |
| F1 | 1 | 1,5 | 0,5 | 1 | 1,5 | 5,5 | 25,25 | 0,216 |
| F2 | 0,5 | 1 | 0,5 | 0,5 | 1 | 3,5 | 16 | 0,137 |
| F3 | 1,5 | 1,5 | 1 | 1 | 1,5 | 6,5 | 31,25 | 0,267 |
| F4 | 1 | 1,5 | 1 | 1 | 1,5 | 6,0 | 28,5 | 0,243 |
| F5 | 0,5 | 1 | 0,5 | 0,5 | 1 | 3,5 | 16 | 0,137 |
| Сумма |  |  |  |  |  |  | 117 | 1 |

Pijабс = 1 \* 5,5 + 1,5 \* 3,5 + 0,5 \* 6,5 + 1 \* 6,0 + 1,5 \* 3,5 = 25,25

Pijабс = 0,5 \* 5,5 + 1 \* 3,5 + 0,5 \* 6,5 + 0,5 \* 6,0 + 1 \* 3,5 = 16,0

Pijабс = 1,5 \* 5,5 + 1,5 \* 3,5 + 1 \* 6,5 + 1 \* 6,0 + 1,5 \* 3,5 = 31,25

Pijабс = 1 \* 5,5 + 1,5 \* 3,5 + 1 \* 6,5 + 1 \* 6,0 + 1,5 \* 3,5 = 28,5

Pijабс = 0,5 \* 5,5 + 1 \* 3,5 + 0,5 \* 6,5 + 0,5 \* 6,0 + 1 \* 3,5 = 16,0

**Вывод:**

Самая важная функция – безопасность (F3). Наименее – предмет интерьера и быть подарком (F2 и F5).

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Критерий | Оценка критерия по сравнению с | Сумма по строке | β | βотн |
| 1 | 2 | 3 |
| 1. Спортсмены-профессионалы (Полезность) | 1 | 1 | 1,5 | 3,5 | 10,25 | 0,387 |
| 2. Спортсмены-любители (Комфорт) | 1 | 1 | 1 | 3 | 9 | 0,34 |
| 3. Люди (Известность бренда) | 0,5 | 1 | 1 | 2,5 | 7,25 | 0,273 |
| Сумма | - | - | - | - | 26,5 | 1 |

**Вывод:**

Для производителя самым важным критерием является соответствие ЦА – спортсмены-любители.

**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 Имиджевая составляющая | 1 | 1,5 | 0,5 | 0,5 | 1 | 4,5 | 21,25 | 0,18 |
| F2 Предмет интерьера | 0,5 | 1 | 0,5 | 0,5 | 1 | 3,5 | 16,25 | 0,138 |
| F3 Безопасность | 1,5 | 1,5 | 1 | 1 | 1,5 | 6,5 | 31 | 0,263 |
| F4 Полезность  | 1,5 | 1,5 | 1 | 1 | 1,5 | 6,5 | 31 | 0,263 |
| F5 Быть подарком | 1 | 1 | 0,5 | 0,5 | 1 | 4 | 18,5 | 0,156 |
| Сумма |  |  |  |  |  |  | 118 | 1 |

**Вывод:**

Самая важная функция по 1 критерию – это безопасность и полезность (F3 и F4), наименее важная – предмет интерьера (F2).

**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 Имиджевая составляющая | 1 | 1,5 | 0,5 | 1 | 1,5 | 5,5 | 25,25 | 0,216 |
| F2 Предмет интерьера | 0,5 | 1 | 0,5 | 0,5 | 1 | 3,5 | 16 | 0,137 |
| F3 Безопасность | 1,5 | 1,5 | 1 | 1 | 1,5 | 6,5 | 31,25 | 0,267 |
| F4 Полезность  | 1 | 1,5 | 1 | 1 | 1,5 | 6 | 28,5 | 0,243 |
| F5 Быть подарком | 0,5 | 1 | 0,5 | 0,5 | 1 | 3,5 | 16 | 0,137 |
| Сумма |  |  |  |  |  |  | 117 | 1 |

 **Вывод:**

Самая важная функция по 2 критерию – это безопасность (F3), наименее важная – предмет интерьера и быть подарком (F2 и F5).

**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 Имиджевая составляющая | 1 | 1,5 | 1 | 1,5 | 1 | 6 | 29,5 | 0,24 |
| F2 Предмет интерьера | 0,5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4,5 | 22 | 0,178 |
| F3 Безопасность | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 25 | 0,202 |
| F4 Полезность  | 0,5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4,5 | 22 | 0,178 |
| F5 Быть подарком | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 25 | 0,202 |
| Сумма |  |  |  |  |  |  | 123,5 | 1 |

**Вывод:**

Самая важная функция по 3 критерию – это имиджевая составляющая (F1), наименее важная – предмет интерьера и полезность (F2 и F4).

**14. Комплексный приоритет**

$P\_{iком}=\sum\_{j=1}^{n}b\_{j}^{отн} P\_{ij}^{отн}$ **.**

P1 = (0,387 \* 0,18 + 0,34 \* 0,216 + 0,273 \* 0,24) \* 100 = 20,86

P2 = (0,387 \* 0,138 + 0,34 \* 0,137 + 0,273 \* 0,178) \* 100 = 14,86

P3 = (0,387 \* 0,263 + 0,34 \* 0,267 + 0,273 \* 0,202) \* 100 = 24,77

P4 = (0,387 \* 0,263 + 0,34 \* 0,243 + 0,273 \* 0,178) \* 100 = 23,3

P5 = (0,387 \* 0,156 + 0,34 \* 0,137 + 0,273 \* 0,202) \* 100 = 16,21

**Вывод:**

Самая важная функция – безопасность (F3). Наименее – предмет интерьера (F2).

**15. Построить диаграмму качества исполнения функций**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Функции | Вес, %(синий) | Затраты, %(оранжевый) |
| F1 Имиджевая составляющая | 20,86 | 27 |
| F2 Предмет интерьера | 14,86 | 19 |
| F3 Безопасность | 24,77 | 17 |
| F4 Полезность | 23,3 | 13 |
| F5 Быть подарком | 16,21 | 24 |

**16. Оценить качество исполнения функций.**

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

Данный товар (спортивные кроссовки найк) является несбалансированный. Функции F3 (безопасность) и F1 (имиджевая составляющая) имеют наибольшие веса. Необходимо найти менее затратные пути реализации данных функций. У двух этих функций есть общая деталь – корпус, возможно, пути снижения затрат необходимо искать в данном элементе конструкции