

*Свирский Д. Н.  
ВГТУ (Витебск)*

<http://edoc.bseu.by>

## **QFD-МЕТОД ФОРМАЛИЗАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

Обеспечение эффективного существования сложного системно-технического объекта, реализующего новые наукоемкие физико-технологические эффекты и объединенных общностью свойств и единой элементной базой, возможно при применении групповой технологии их создания. Групповая технология создания семейства включает в себя групповое проектирование семейства и сопровождение конкретных его изделий в течение их жизненного цикла с помощью CALS технологии. В этих условиях актуальна задача формализации перевода результатов маркетинговых исследований в основные технические характеристики на стадиях разработки технического задания на проектирование и техническое предложение семейства КПМ. В качестве средства формализации предлагается использовать «метод структурирования функции качества» (QFD-метод), основанный на последовательном заполнении полей специальной таблицы - «дома качества».

На первом этапе определяются и ранжируются по важности потребительские требования к проектируемому семейству КПМ, характеризующих компоненты функции их качества – квалиметрические показатели. На следующем этапе предварительно определяются инженерные характеристики КПМ как параметры его функциональных (операционных). Затем выявляются зависимости между потребительскими требованиями и инженерными характеристиками КПМ. Далее определяется важность каждой инженерной характеристики по отношению к конкретным потребительским требованиям. Расчет значений весов каждой инженерной характеристики представляет собой произведение весов потребительских требований и соответствующих им инженерных характеристик. На последнем этапе оцениваются способности реализации требований потребителей ближайшими конкурирующими фирмами. Основываясь на этих данных, делается заключение о коммерческих перспективах проекта семейства КПМ, и при необходимости корректируется уровень значений тех или иных технических параметров его элементной базы.