

AMIT AZ ÉRTÉKELEMZÉSRŐL MINDENKINEK TUDNIA KELL

WHAT EVERYONE SHOULD KNOW ABOUT VALUE ANALYSIS

Dr. Hegedűs József Műszaki Tudományok Kandidátusa, detheg@t-online.hu

ABSTRACT

Value analysis, value design is one of the VALUE CREATING PROCESSES. We know of nearly hundred processes like this. Value analysis stands out from all by the fact that during our analysis we employ one of its important factors as an abstract idea. This abstract idea is closely related to human needs. Value analysis is a METHOD of PRODUCT

DESIGN, the product is carrying our life's basic values; product and service is considered together.

Product design and manufacture is one the basic cornerstones of every society, in which, as we mentioned before, our product knowledge is being reflected back, not quite satisfactorily yet.

ELŐZMÉNYEK

Az értékelemzéssel 50 éve foglalkozom. Ezt megelőzően a terméktervezés módszertanának a kutatását kezdtem el. Az értékelemzés oktatását Temesszentandrásai Guidó indította el az 1960-as években. Ekkor találkoztam vele, akitől - nyugdíjazása után - az Országos Műszaki Fejlesztési Bizottságban (OMFB) átvettem az értékelemzés hazai menedzselését. Ekkor már a munkahelyemen – a LABOR–MIM Gyártmányfejlesztési Főosztály vezetőjeként – bevezettük az értékelemzés alkalmazását, a hazai gyakorlatban úgy, hogy minden feladatot értékelemzéssel végeztünk el (120 főből állt a Főosztály). Ez közel egy évtizedig tartott. Ettől kezdve azonban az értékelemzés – értéktervezés és a terméktervezés összefonódott. Rövidesen a két fogalom mögött egyazon feladatot fedeztünk fel. Azóta felismertük a TERMÉK – TERMÉKTUDAT különleges szerepét az életünkben (a társadalomban, gazdaságunkban stb.). [1]

A világot két részre osztottuk fel, az alábbiak szerint.

A VEVŐ az emberiség egésze. Minden embernek valamilyen igénye van. Ez szükséges, az élet egyik feltétele. A VÁLLALKOZÓ az emberiség azon része, aki arra törekszik, hogy a VEVŐ igényeit kielégítse, ebből él.

A VÁLLALKOZÓ a VEVŐ igényét FUNKCIÓ-val elégíti ki, ezt úgynevezett FUNKCIÓHORDOZÓ-ra „rakja rá”; ezt, hogy az örökéletű piaccal kapcsolatba hozzuk, elnevezhetjük TERMÉK-nek (azóta ez a fogalom ismertté vált).

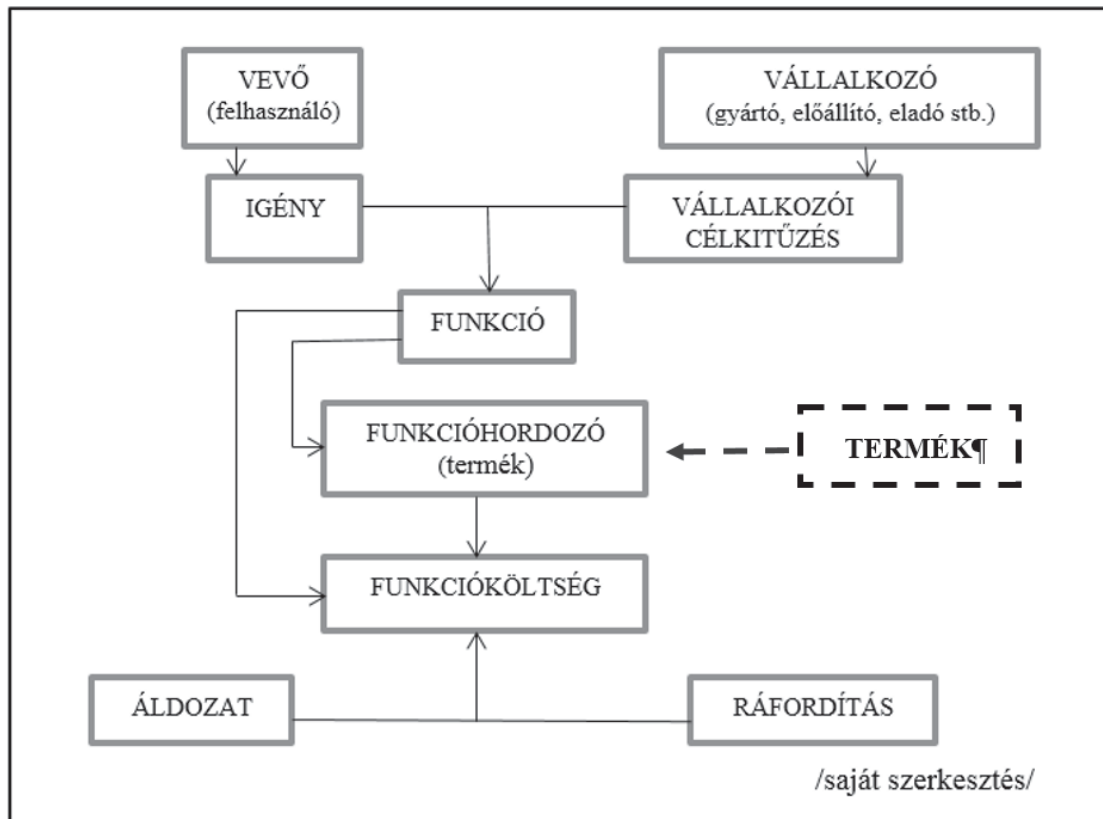
Miles [2] „nagy lépése” az volt, hogy a FUNKCIÓ-t mint absztrakt fogalmat használta, ezzel megteremtette az alapját az értékelemzésnek, és mi ezt magunkévá tettük, a mai napig ezt használjuk.

Könnyű belátnunk, hogy ez a megállapítás mindenben megfelel a mai szemléletünknek, és a valóságnak. A TERMÉK az emberi igények legfontosabb kielégítője. A TERMÉK a gazdaság (társadalom) elemi formája, az elemi formák integratív összessége a gazdaságra jellemző. A TERMÉK az innováció áramoltatója (e nélkül nincs innováció). A TERMÉK a vállalkozás tárgya (e nélkül nincs vállalkozás). A TERMÉK gazdagságunk és boldogságunk egyik legfontosabb forrása. A TERMÉKTUDAT a társadalom (gazdaság) egyik fontos tükré („nem állunk” ezzel igazán jól).

Összefoglalva gondolatunkat (több mint fél évszázada) ez a közös alapja a terméktervezési és értékelemzési – értéktervezési gyakorlatunknak. Munkánk

eredményeképpen olyan integráló PROBLÉMA MEGOLDÓ ELJÁRÁS-RENDSZERHEZ jutottunk, mely az ÉRTÉKTERVEZÉSI, ÉRTÉKALKOTÁSI tevékenységeinkhez nyújt

sokoldalú lehetőséget, mindezt úgy, hogy a Milesi [2] értékelemzésre alapozhatjuk sokoldalú elemző munkánkat.



1. ábra
A világháló (virtuális) világ és a valós világ szereplőinek találkozása

BEVEZETÉS

Az értékelemzés, az értéktervezés az ÉRTÉKTEREMTŐ FOLYAMATOK egyike. Közel száz ilyen módszert ismerünk. Az értékelemzést az emeli ki ebből a módszerhalmazból, hogy egy fontos tényezőjét, mint absztrakt fogalmat használunk az elemző munkánk során. Ez a fogalom közvetlen kapcsolatban van az emberi igényekkel.

Az értékelemzés TERMÉK-TERVEZÉSI MÓDSZER, a termék életünk legalapvetőbb értékhordozója; a terméket és szolgáltatásait együtt értelmezzük.

A terméktervezés és előállítás minden társadalom alapvető feltételeinek egyike, ebben, mint ahogyan ezt már írtuk, a

terméktudatunk tükröződik vissza, ma még nem kielégítően.

1 A TERMÉKEK SZÜLETÉSE – ÉLETE – HALÁLA

Kivétel nélkül minden termék az emberi agyban születik meg (gondolat, álom, kívánság, óhaj, asszociáció stb.), erre alapozva – tapasztalataink, tanulásaink alapján – ezt az „aktust” modellezzük a terméktervezés folyamataiban. Mindezt a környezeti – természeti – társadalmi – életviteli tapasztalataink jelentősen befolyásolják, miközben megteremtjük, megvalósítjuk igényeink kielégítését. Ezért mondjuk azt, hogy a TERMÉK AZ EMBERI IGÉNYEK KIELÉGÍTÉSÉT szolgálja.

Miles [2] örök érdeme az, hogy az igény-kielégítésként a termékek funkciójára gondolt és ezt, vagyis új emberi igényeket kielégítő FUNKCIÓKAT absztrakt fogalomnak tekintette. Mi magunk pedig a további lépésekhez egy finom-mechanikai módszert használtunk fel. [1] Ezzel általánosítottuk az értékelemzés-elméletet. Ugyanis matematikai alapon meghatározhattuk az absztrakt kifejezésű funkció felhasználásával az ABSZTRAKT TERMÉKET.

Erre építve pedig a termékváltozatok tetszés szerinti számát határozzuk meg. Az ismert elemzési módszerrel pedig kiválaszthatunk az optimális megoldást hordozó valós termékváltozatot.

A könnyebb áttekinthetőség, illetve megértés érdekében egyik tanulmányunkból bemutatjuk az utóbb említett lépéseket.

Az IGÉNY-ek kielégítésére funkciókat fogalmazzunk meg – az absztrakt fogalom, a funkciókból az absztrakt terméket állítjuk össze. Egy TERMÉK épüljön fel az F_1, F_2, F_3 funkciókból, ezek felhasználásával megszületett a TERMÉK. A további lépéseknél ezt használjuk fel; az absztrakt termék az alapja a valós termék létrehozásának. Az egyes funkciók megoldására ötletelünk. Itt nagyon fontos megjegyzésünk van: az ötletelésre kiválasztott funkcióhalmaz egy és csak egy szintről származhat. (Ezt az F funkcióhoz írt index fejezi ki, példánkban F_1-F_3 az első szinten meghatározott funkciókat használtuk fel).

F_1 2 a,b

F_2 2 c,d

F_3 3 f,g,h

A 7 ötlet felhasználásával $2 \times 2 \times 3 = 12$ termékváltozatot nyerünk.

Az 1. táblázatban az a, b, c ... ötletek (valós megoldások) funkcióköltségeit írva és az oszlop összegeket meghatározva nyerjük az 1., 2., 3. ... termékek funkcióköltségeit. Módunkban áll a költségek sorrendjeit felírni, vagy ezekkel tetszés szerinti műveleteket végezni.

Ha a költségértékek helyett az ötletek más-más jellemzőit írjuk fel, akkor módunkban áll a 12 terméket a választott jellemzők szerint értékelni. Tulajdonképpen ez az értékelemzési eljárás lényege. Könnyű belátnunk, hogy az 1. táblázat összeállítását, az elvégezhető

elemzések, számítások, értékelések összességé magá az értékalkotás.

Miles [2] ezt értékességnek nevezte $\dot{E} = F/F_k$. Lényegét tekintve mindig ezt keressük. Keressük azokat a funkciókat (absztrakt kifejezések) melyekkel igényeinket kielégítjük. Szeretnénk ennek a gyakorlati megvalósítását ötletek segítségével úgy realizálni, hogy a kombináció egy meghatározott (megtervezett, kitűzött) értékességű legyen.

Ismételjük át még egyszer az 1. táblázatot és az értékesség kifejezését (ez a termék születésének megfogalmazását jelenti):

- *Bontsd a problémát elemeire; a probléma itt az absztrakt termék (több funkcióból is állhat) jelentheti egy új termék megszületésének az igényét, vagy egy meglévő termék javításának „munkálatait”,*
- *Keress az elemekhez – funkciókhoz – új megoldásokat – ötletelés*
- *A funkciókat – az absztrakt termék elemeit kombináld: az ötletek kombinálását „hozd létre”, ezek termékváltozatokként „jelennek meg”*
- *Értékelj az egyes termékváltozatokat, a legjobbat válaszd megoldásul (a legjobb változatban valósulnak meg terveink, céljaink, elképzeléseink, álmunk stb.)*

Az előbbi gondolatsorban felvázoltuk a termék születésének mozzanatait. Ha ezt a lépéssorozatot egy fontos pontnak tekintjük, akkor azt kell mondanunk, hogy a születés előtt és után számos módszert kell használnunk. Néhány szakmakultúra terjedelmű ismerethalmazt felsorolunk. A születés előtti lépésekben felsorolt néhány szakmakultúra:

- marketing (főleg a holisztikus marketing, illetve szükséglet kutatás)
- játékelmélet
- döntéselmélet
- minőség teljes volumene
- rendszerelmélet
- értékteremtő módszerek
- költségelemzés
- piackutatás, piacbevezetés
- innováció teljes terjedelme
- az értékelemzés tárgyával, a termékkel kapcsolatos tudományok, módszerek.
- stb.

T							
F	1	2	3	4	...	12	
F ₁	a	b	a	b	
F ₂	c	c	d	d	
F ₃	f	f	h	h	
	Σ	Σ	Σ	Σ		Σ	

A termékszületéssel „egy időben”, illetve a születés utáni feladatmegoldásokkal kapcsolatos módszerek, szakmakultúrák:

- piacbevezetés, gyártás előkészítés
- termék kivonás
- gyártástechnológia (automatizálás, komplex logisztikai folyamatok)
- üzleti, vállalkozási folyamatok tervezése, szervezése
- az értékelemzés tárgyával kapcsolatos terméktervezési módszerek
- informatika, digitalizálás módszerei
- környezetvédelem, ökológia módszerei
- stb.

Megjegyzés: itt és a megelőző csoportnál is csak néhány fontosabb szakmakultúrát soroltunk fel, ezek száma a megjelölteknél nagyobb számú lehet.

Mielőtt továbblépnénk, érdemes egy-két szót szólni az értékelemzések (terméktervezések) forrásairól, vagyis honnan származnak az értékelemzendő termékek, feladatok.

Közmondásszerűen elterjedt már: minden tárgy, jelenség, folyamat stb. értékelezhető, aminek funkciója és költsége van. Az értékelemzés eljárásában megszoktuk, hogy a TERMÉKET és a SZOLGÁLTATÁSÁT, vagy A SZOLGÁLTATÁST, egy szóval, TERMÉKKEL nevesítjük.

Ebből az következik, hogy mindent terméknek hívunk, ami az emberi igényeket elégíti ki, ez mind lehet az értékelemzésünk tárgya. Ez a felfogásunk (mint egy fontos szabály) segítette elő az értékelemzés általánosítását és az eljárásrendszerünk megújítását, vagyis az ÚJ ÉRTÉKELEMZÉSI ISKOLÁNK létrehozását. Mindez többek között annak is köszönhető, hogy MILES [2] funkcióelnevezését és használatát (több évtizeddel az ő zseniális „kitalálása” után) végre megtanultuk,

megértettük és törekvésünk a jó funkcióelemzés alkalmazására irányul.

Tehát a feltett kérdésre a válasz: az értékelemzés által értékelezhető bármilyen termék emberi igényeket elégít ki (közvetlenül, vagy áttételesen), a származása (profitorientált, nonprofit, vállalkozói, állami területi stb.) „bármelyik” terület lehet (pl. csípőfogó, evőkanál, hajcsatt, juhtúró, gőzkalapács, hajó, autó, államtitkári hivatal szervezete vagy működése, polgármesteri hivatal, tolóhajó, vérelemző műszer, gyógyszer, tanítási folyamat, sporttevékenység, szórakozás, bármilyen tárgy, folyamat, szervezet, szervezetfejlesztés stb.

1.2 TERMÉKEINK ÉLETE – HALÁLA

Termékeink életében, a termék kivonás előkészítéséhez, a termékek továbbfejlesztéséhez lényegét tekintve az értékelemzés szempontjából az eddig használt módszereken túl nem szükséges új szempontokat figyelembe venni.

A meglévő termékek továbbfejlesztése során az új terméktervezéshez hasonlóan kell eljárunk. A konkrét lépések, az absztrakció foka hasonló az új termékeknel alkalmazott szintekhez. Itt azonban az értékelemzés újabb előnyöket jelent. Pl. a KONKURENCIA LEGYŐZÉSÉHEZ a funkcióelemzés ismerete és alkalmazása jelentősen növelheti a hozamot. Az elkészített funkció struktúra az eddig ismertnél nagyobb lehetőséget nyújt a továbbfejlesztéshez, mivel sok tekintetben kielégítő csak az érintett részfunkciókra koncentrálni.

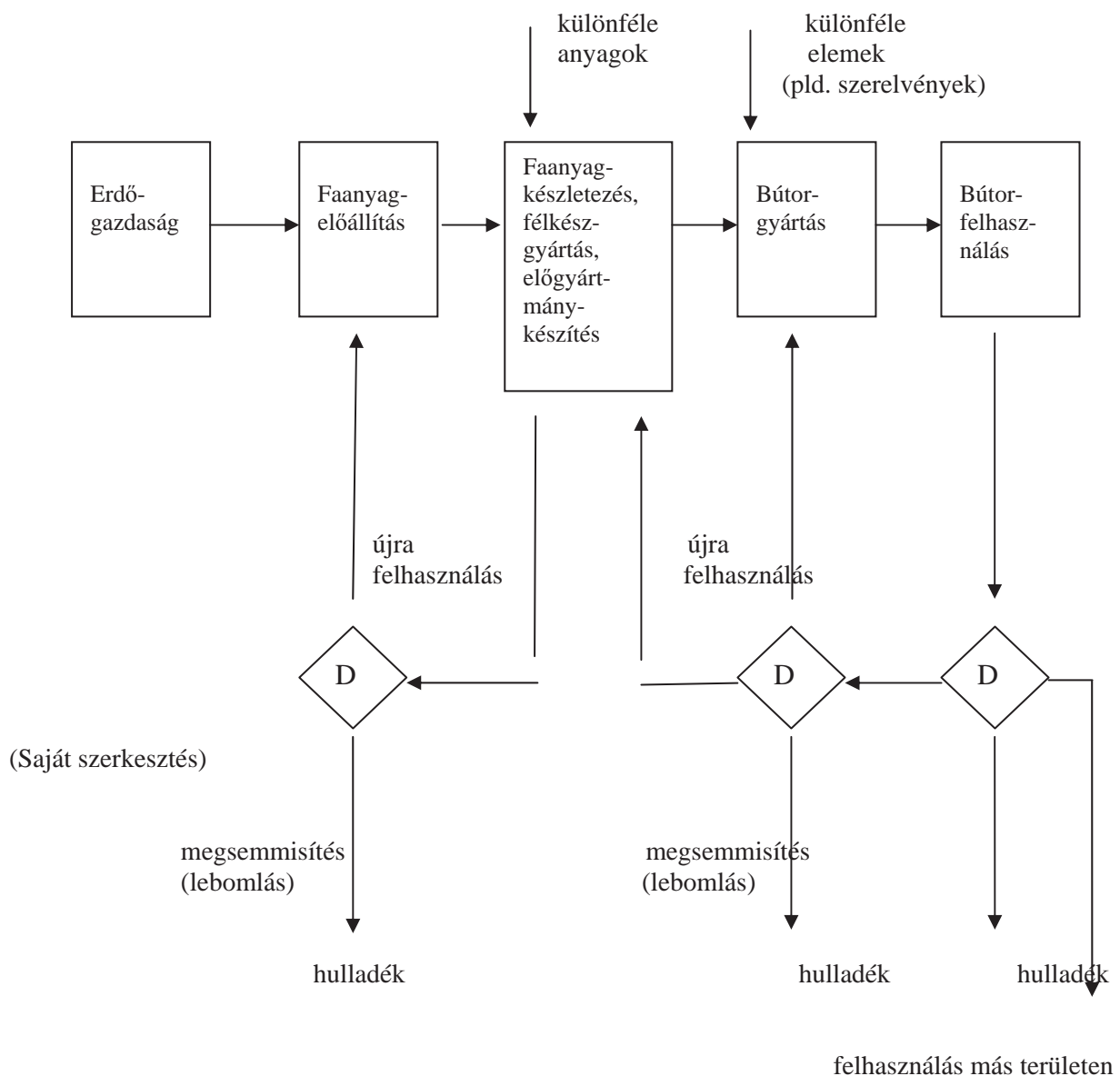
Az absztrakt termékre alapozva feladatunk (célkitűzésünk) szerint a kijelölt paraméterek figyelembe vételével megalkothatjuk a termékünket. Megvalósítjuk

mindazt, ami szükséges a gyártás-előkészítéshez, a piaci bevezetéshez. Ez a lépéssorozat a javasolt példának kijelölt tanulmányban megtalálható. Általános terméktervezési-feldolgozási munkákat jelent, melyeket itt nem tudunk részletezni.

Nem értékelemzési, hanem általános követelményként ki kell emelnünk azt, hogy a TERMÉK HALÁLÁT meghagyva az elfogadott képletes gondolatunkat (születés-élet-halál) a termék születésének lépéseinél

már meg kell terveznünk. Általában is igaz, hogy a terméktervezési szakaszban szükséges megterveznünk a termék kivonás utáni újrafelhasználhatóságot, hulladékkezelést stb. Ebben a szakaszban kell megterveznünk pl. az ökológiai, környezetterhelési, környezetvédelmi problémákat is.

Pl. CO₂ profil felvázolása, meghatározása a passzív ház életciklus-elemzésénél.



2. ábra
Egy bútorcsalád teljes életciklusa

Az értéktervezés, értékelemzés milesi módszerének használata korlátlan. Jelenleg folynak a kutatásaink a digitalizálás, a gyártás-automatizálás folyamatainak értékelemzéssel segített megvalósítására. Kísérleteket végeztünk a START-UP értékelemzéssel segítve elterjesztésére is.

A termékváltások gyorsulása, a termékpályák rövidülése miatt is célszerű az értéktervezést használnunk. Különösen fontos lenne az, úgynevezett ÖTELETTERVEZÉSHEZ, ÖTLETIPARHOZ, ÖTLET-TERMELÉSHEZ, kapcsolódó értékelemzések kutatásait is folytatni.

A jövőbeni életvitelünket meghatározó területek – trendek (profitorientált – nonprofit) lehetnek az értékelemzésünk tárgyai; pl. KÖZBESZERZÉS, egészségügy stb.

2. AZ ÉRTÉKELEMZÉS ELJÁRÁSRENDSZERÉNEK ÁTTEKINTÉSE

Minden értékelemzés tárgyát TERMÉKNEK neveztük el, ezért:

- minden értékelemzési feladat terméktervezést jelent (gondoljunk a TERMÉK fogalom általánosítására),
- minden értékelemzés – terméktervezés – első lépésként a funkció felhasználásával az absztrakciós terméket kell megfogalmaznunk, megterveznünk,
- az absztrakciós termék funkcióstruktúráját használjuk fel az elemzés alapjául (rendező szempontként a funkciót tekintve). Ez azt jelenti, hogy a funkciók segítségével határozzuk meg azokat a termékváltozatokat, amelyeket összehasonlítva nyerjük az optimális érték kombinációt vagyis a probléma megoldás legjobb változatát (lásd a már idézett döntésméleti axiómát),
- a gyakorlatban kétféle alkalmazással találkozunk:
 - **meglévő termék továbbfejlesztése** (pl. egy szervezet-fejlesztés), ebben az esetben a továbbfejlesztés gyakorlati megoldására kell a teamnek javaslatokat összeállítania;
 - **új termék tervezésekor** (pl. egy turista-szolgáltatás) a termék megvalósítását szolgáló javaslatokat kell a teamnek kidolgoznia.

Ezen a helyen az értékelemzési folyamatnak a négy fejezetét és a fejezetek lépéseit soroljuk fel:

Előkészítő szakasz

- A téma kiválasztása, a termék körülírása, az értékelemzés tárgyának megfogalmazása,
- Team összeállítása,
- Program, munkaterv készítése.

Információs szakasz

- Információ-elemzés,
- Igény-elemzés,
- Funkció-elemzés.

Alkotó szakasz

- Termékváltozatok kidolgozása,
- A legjobb (optimális) változat kiválasztása.

Megvalósítási szakasz

- Az összeállított team-javaslatok gyakorlati megvalósítása.

Az itt felvázolt összeállítás bármilyen más módon is elkészíthető.

Választásunk azonban fontos szempontokat takar, különösen, ha figyelembe vesszük a már ismert digitális-gazdaság követelményeit.

Az *Előkészítő szakasz* és a *Megvalósítási szakasz* bármilyen más tervezési, szervezési módszerhez hasonlóan épül fel.

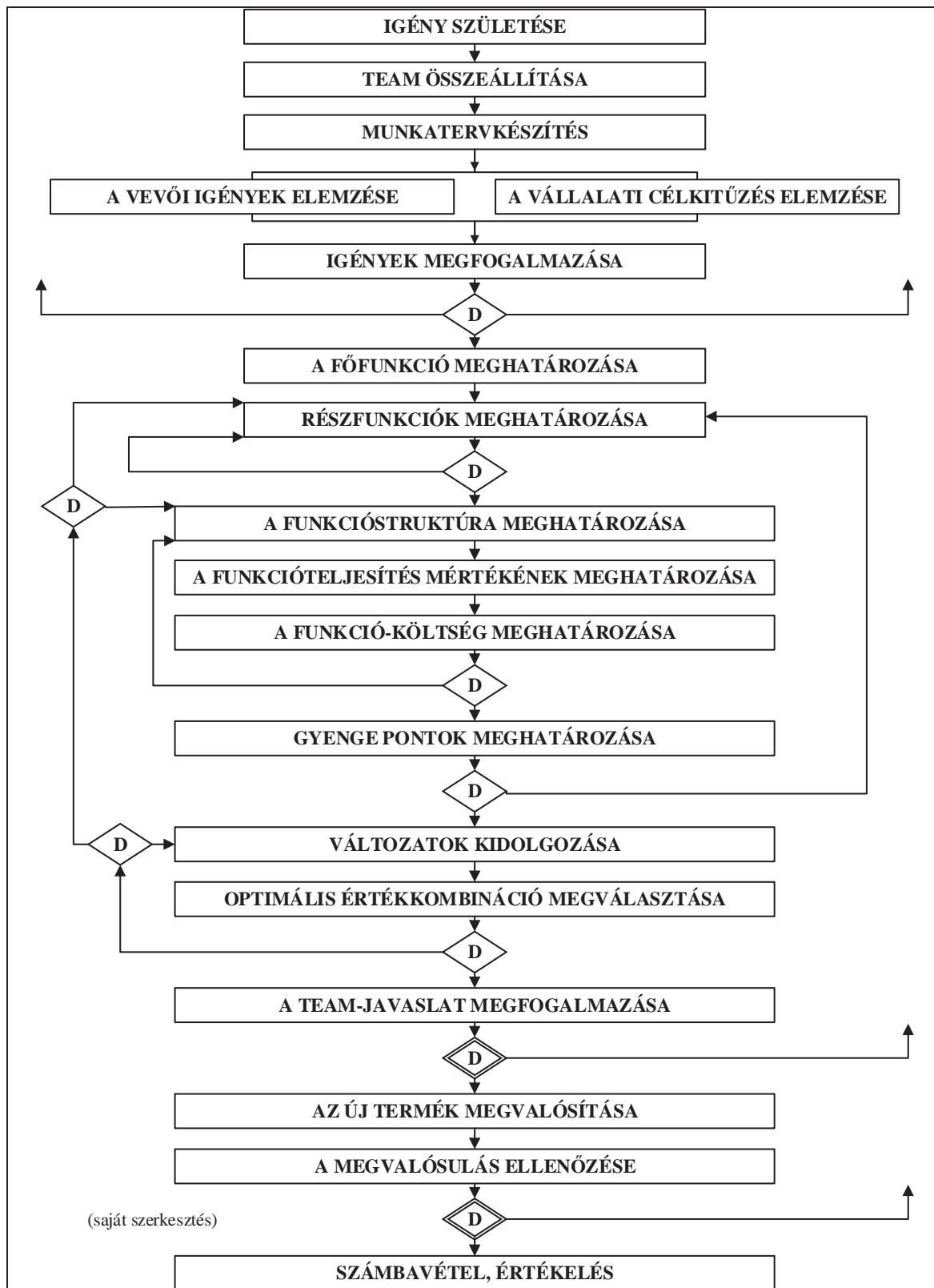
Az *Információs szakasz* felépítése sajátos, csak az értékelemzésnél használatos. A lényeg az, hogy itt folyik az absztrakciós munka. Ezzel sehol másutt nem találkozhatunk.

Az *Alkotó szakasz* a módszeres tervezés ugyancsak speciális, csak az értékelemzési eljárásnál használatos (a módszeres tervezés a német tervező iskolákban alakult ki, a géptervezés területén).

Elemzésünk szempontjából az absztrakciós munka hiányosságain van a hangsúly, ezért az *Információs szakaszt* részletesebben is bemutatjuk a következő, 1. táblázaton:

Az 1. táblázaton egy meglévő termék (szervezet, technológia, beruházás, stb.) továbbfejlesztését szemléltetjük. Itt az „ABSZTRAKCIÓS TERMÉK” a „JAVÍTANDÓ TERMÉKRÉSZEK”-et jelenti.

Új termék esetén a FUNKCIÓ-FA fejezi ki az ABSZTRAKCIÓS TERMÉKET.



3. ábra
Az értékelemzés általános algoritmus

Mindkét esetben az ALKOTÓ SZAKASZ-ba „lépünk át”, vagyis az absztrakciós termék gyakorlati megvalósítását tervezzük meg.

Mielőtt elemzésünket folytatnánk, érdemes még egyszer átgondolnunk az itt vázolt lépéseket. *Meglévő termék továbbfejlesztésekor* nyilvánvalóan a termék

gyenge pontjait kell megkeresnünk, ezek kijavítását kell megterveznünk.

Új termék fejlesztésekor a funkcióséma birtokában azonnal „átléphetünk” az alkotó szakaszba. A funkciókkal kifejezett absztrakt termék gyakorlati megvalósítását szükséges megterveznünk.

2. táblázat

LÉPÉSCSOPORTOK	LÉPÉSEK	RÉSZEREDMÉNYEK
Információelemzés	Információszerzés tervezése (kérdéslista) Információk megszerzése Információk feldolgozása	Kötelmi füzet Paraméterrendszer Tervcél
Igényelemzés	Vevői igények feltárása Vevői igények strukturálása Vállalati elvárások megfogalmazása Vállalati elvárások strukturálása	Strukturált vevői igényhalmaz Strukturált vállalati elvárás, célkitűzés
Funkcióelemzés	Funkciók meghatározása Funkciók strukturálása	Funkció-fa Funkcióséma
Funkció-, költségelemzés (saját szerkesztés)	Funkciószint kiválasztása elemzéshez, Termékséma elemeinek meghatározása, Terméksémaelemek költségeinek meghatározása, Költségmátrix funkcióköltségeinek meghatározása, Gyenge pontok meghatározása,	Funkciók rangsorolása, Funkciókritikus pontok meghatározása, Költségkritikus pontok meghatározása, Gyenge pontok Javítandó termékreszek
		Súlyozott funkciórangsor Funkciókritikus pontok Funkcióköltségek Költségkritikus pontok Gyenge pontok Javítandó termékreszek
		Funkcióteljesítés mértékének meghatározása

3. JAVASLATOK, FEJLESZTÉSEK, BEVEZETÉSI PROGRAM

Ebben a részfejezetben az ÉRTÉKELEMZÉS módszerének hatékonyságát és elterjedtségét eredményező programot szeretnénk összeállítani, bemutatni.

Az értékelemzés közel száz éves. A számítógép használat miatt szükséges az **ELJÁRASRENDSZERÉNEK** továbbfejlesztése, különösen pedig a gyártás forradalmi megújulása, a digitális gyártás elterjedése megkívánja, hogy a tervezést minden tekintetben illesszük a digitalizált gyártási folyamatokhoz.

Kísérleteinket, majd a megvalósításainkat minden tekintetben a Miles-i elvekre építjük. [2]

Mindenekelőtt a funkcióban való gondolkodást kell elsajátítanunk, ismerni kell a legmagasabb szinten a számítógép használatát, nem utolsó sorban pedig meg kell tanulnunk az **ALGORITMIZÁLÁST**.

Ez utóbbi (amelynek az oktatása ma még nem kielégítő) azért fontos, hogy feladataink nagy részénél, például a digitalizált gyártási folyamatokhoz szükséges belső – külső applikációs egységeket kialakíthassuk. Ezért is fontos, hogy megtanuljunk az eddig értelmezett **TEAM** egyik legfontosabb tagja az informatikus szakember kell legyen. Főleg a digitalizált gyártás miatt növekszik az értékelemzés tárgyát képviselő szakmaspecifikus szakember részvétele a **TEAM** munkában (ezeket korábban konstruktőr és / vagy gyártástechnológusnak hívtuk).

Könnyű belátnunk, hogy más – más szakmaspecifikus szakembert szükséges a **TEAM**-be bevonni, ha az értékelemzés tárgya:

- a juhtúró gyártástechnológiájának, vagy a
- műanyag ablak értékelemzéses tervezése, vagy például
- egy Polgármesteri Hivatal kommunikációs tevékenységének értékelemzéssel (kommunikációhoz tárgyak is szükségesek) segített továbbfejlesztése a célunk.

Az **ÉRTÉKELEMZÉS** tárgya: **TERMÉK**, olyan termék, amelynek funkciói vannak, tehát valamilyen emberi igényt elégítenek ki, és az igény kielégítésnek költségvonzata van.

Az **ÚJ ÉRTÉKELEMZÉSI ISKOLÁNKNAK** éppen ez a fő jellemzője.

Ebből következik, hogy minden termék lehet tárgya az értékelemzésnek.

Ugyanakkor korábban elhatároztuk, hogy értékelemzéseinket az értékalkotás felé irányítjuk.

Vagyis minden esetben értékjavítás és új értékteremtés történik (meglévő és új termék fejlesztése, illetve értékelemzése).

Annál is inkább, mivel mint láttuk a holisztikus marketing tanítása szerint az értékek a piacon születnek és „élik életüket”.

Ezt a gondolatot azért ragadtuk ki kutatási eredményeinkből, mivel meggyőződésünk, hogy az értékelemzés szemlélete „segíti” ezt a folyamatot.

Ezért is érthető, hogy programunk összeállításakor is ezt írtuk fel elsőnek.

A második programpontunknak a tezauszus teljes feltárását jelöltük meg.

Ez az előbbi gondolatunkhoz is „illeszkedik”, ugyanakkor segítségünkre lehet az értékelemzési tevékenységek megtanításához.

Magától értetődő, hogy ez a felsőfokú képzés más területekhez is adhat segítséget.

Könnyű belátnunk, hogy az itt említett két programpontunk az értékelemzés szempontjából a **TEZAUZUSZRA** épül.

Érdemes lenne az **ÉRTÉK** teljes **TEZAUZUSZÁT** feltárni.

Erre építhetnénk a teljes **HOLISZTIKUS MARKETINGET** és az értékelemzés új képzési rendszerét.

Még mindig „**STRATÉGIAI** körben” maradva: célszerű lenne az értékelemzés képzését új alapokra helyezni.

Az értékelemzés képzését minden állami, közgazdasági és műszaki irányultságú felsőfokú képzésbe be kellene vezetni, ide értve az **ÁLLAMI EGYETEMI KÉPZÉST** (közszolgálati manager képzés) is.

Mind a profitorientált, mind a non-profit helyeken más megközelítésben a vállalkozási és állami irányítási körben ki kellene dolgozni: értékelemzéssel szervezett vállalkozásokat (később a teljes vállalkozási és irányítási terület egészére célszerű lenne ezt kiterjeszteni például vállalkozások, kormányzati szervek, államigazgatás, stb.).

Stratégiai céloknak megfelelően lehetséges **TAKTIKAI** lépések lehetnek az induláskor:

- **VÁLLALKOZÁS ÖSZTÖNZÉS** verseny;

- Közbeszerzés (központosított közbeszerzések);
- Pályázati rendszerek működtetése;
- TERMÉKKUTATÓ BÁZISOK szervezése, működtetése;
- Mezőgazdasági, élelmiszeripari értékelemzések;
- A turisztika - más kiemelt iparágak vagy ágazatok.

Célszerű lenne a komplex módszeregyüttest össze gyűjteni, felsorolni.

4. IRODALOM

[1] Hegedűs József – Kő Ferenc: Az értékelemzésre alapozott terméktervezés

Az ÉRTÉKELEMZÉS intézményrendszerének kialakítása, AZ ÉRTÉK TERVEZÉSRŐL szóló törvény megalkotása, elfogadása, bevezetése úgyszintén a stratégiai feladatokhoz tartoznak.

Az ÉRTÉKELEMZÉS megújításának, bevezetésének eszmei alapja, indítéka: a veszteségforrások állandóan újratermelődnék, a költségek szakadatlanul emelkednek - az a társadalom fejlődik a legkiemelkedőbbben, amelyik mindezt folyamatosan, módszeresen kompenzálja.

módszertana, Kecskeméti Főiskola, Kecskemét, 2001.

[2] Miles, D.L.: Értékelemzés, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1973.