

درسنامه

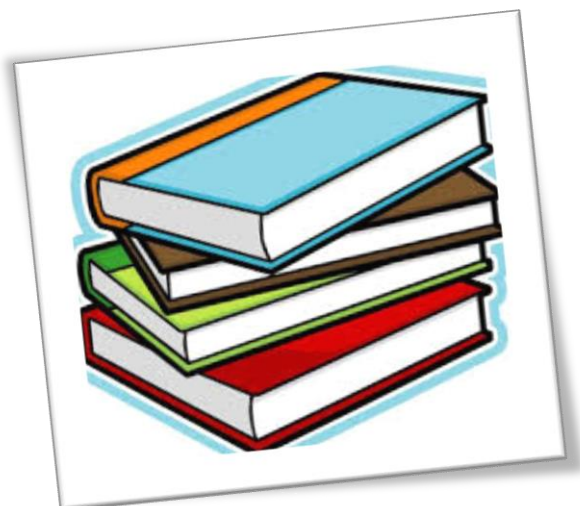
کتاب کاربرد فناوری های نوین

پودمان پنجم - از ایده تا محصول

قسمت سوم - صفحه ۱۳۶ الی ۱۴۱

تهیه کننده: وجیهه عابد

سرگروه کاربرد فناوری های نوین استان آ.ش



مرحله دوم: غربالگری ایده ها



غربالگری ایده ها در واقع به مفهوم انتخاب ایده های مناسب است. اما آیا به راستی تنها انتخاب ایده مناسب کافی است؟ در حقیقت ما در این مرحله به دنبال انتخاب هوشمندانه هستیم و این به معنی توانایی دیدن انتهای مسیر در همین ابتدا می باشد.

برای هر چرایی باید یک چگونه ای هم وجود داشته باشد. در اینجا هم، ما به یک ابزار برای رسیدن به این ایده هوشمندانه و آینده نگر احتیاج داریم که آن را با «امکان سنجی» معرفی می کنیم.



امکان سنجی: قبل از شروع به تولید یک محصول یا

اجرای یک ایده، لازم است شرایط انجام پذیر بودن آن را بررسی کنید، تا بتوانید به تصمیم مطلوب برسید. « امکان سنجی» در مفهوم ساده و اولیه، بررسی شرایط و اوضاع است.

برای مثال توسعه گوشی های موبایل را در نظر بگیرید. اگر به دنبال پیشرفتی تازه در آن باشید ابتدا باید شرایط را بررسی کنید تا با اقبال بازار رو به رو شوید. همانطور که می دانید همه محصولات یا خدماتی که به بازار می آیند با فروش بالایی رو به رو نمی شوند و این دقیقاً به خاطر امکان سنجی نادرست است چرا که قبل از تولید محصول باید شرایط بازار و امکانات اقتصادی و فنی را در نظر گرفت که آیا شرایط برای تولید محصول وجود دارد یا خیر.



سه حوزه اصلی در امکان سنجی به شرح زیر می باشد:



امکان سنجی بازار

تا زمانی که احساس نیاز برای افراد به وجود نیاید محصولی با استقبال روبه رو نخواهد شد. برای مثال به دلیل وجود ترافیک در شهرهای بزرگ، فروشگاههای اینترنتی بیشتر استقبال می شود، چون از هدر رفتن وقت مردم جلوگیری می کنند.



نکته : تنها احساس نیاز، برای خرید یا تولید کافی نیست؛ لازمه خرید محصول، خواست و در نهایت توانایی فرد است.

بازار: به معنای اولیه خود، مکان فیزیکی خاصی است که در آن خریداران و فروشندگان برای مبادله کالا و خدمات به دور هم جمع می شوند و محصولات خود را ارائه می کنند ولی در حال حاضر این ارائه محصولات با روشهای دیگر مثل فروشگاههای مجازی و اینترنتی نیز انجام می شود.



کار در کلاس

کدام محصول یا خدمات در رشته تحصیلی شما در بازار از استقبال خوبی برخوردار است؟
چه عواملی در این استقبال تأثیرگذار می باشد؟ در گروه خود بررسی کنید.

بازاریابی، دربرگیرنده همه عواملی است که سازمان می تواند با در نظر گرفتن آنها بر میزان تقاضای محصولاتش اثر بگذارد. که این عوامل عبارت اند از:



امکان سنجی فنی

هدف از بررسی فنی، بررسی تجهیزات و امکانات اولیه برای شروع کار است.



فرض کنید می خواهید یک وسیله الکتریکی بسازید و از آن به صورت عمومی استفاده کنید. قطعاً برای ساخت این وسیله نیاز به یک کارگاه دارید و اصطلاحاً باید فضای کار را فراهم کرده باشید. حال بعد از فراهم شدن فضای مناسب کار چه چیزی مورد نیاز است؟

بدیهی است بدون وجود امکانات اولیه، دانش شما به ثمر نخواهد رسید؛ پس فراهم بودن امکانات (فضا، دانش، نیروی انسانی و ...) و ماشین آلات لازمه کار است.



تحقیق کنید

محصول یا خدمتی که در بخش قبل مورد امکان سنجی بازار قرار دادید را در نظر بگیرید. برای تولید این محصول یا انجام خدمت به چه امکانات اولیه ای نیاز است. فهرستی از قیمت مواد تجهیزات و هزینه های جاری (اجاره بها، نیروی انسانی، آب و برق و...) محصول یا خدمت در نظر گرفته شده در بخش قبل را تهیه کنید. ■ آیا قادر به تأمین هزینه های مورد نیاز برای اجرای این پروژه هستید؟ در صورت جواب منفی چه راه هایی را برای تأمین این هزینه پیشنهاد می کنید.

امکان سنجی مالی - اقتصادی



تصور کنید که شما وضعیت بازار و زیر ساخت های فنی را بررسی کرده اید و از امکان پذیر بودن آنها مطمئن شده اید. اگر کار خود را آغاز کنید و در میانه راه با کمبود بودجه مواجه شوید چه اتفاقی می افتد؟

بدون شک کار شما متوقف خواهد شد و بدتر آنکه وقت و انرژی صرف شده تا این زمان نیز تلف می شود به طوریکه هر چه زمان پروژه طولانی شود هزینه ها افزایش می یابند. پس دانستن شرایط و ضوابط مالی و اطمینان پیدا کردن از آن اهمیت زیادی دارد.

کار در منزل

به گروه های مختلف تقسیم شوید. هر گروه یک فعالیت تولیدی را انتخاب و آن را امکان سنجی کند. سپس هر گروه فعالیت گروه مقابل خود را امکان سنجی کند و ببیند فعالیت کدام گروه قابل اجرا است.