

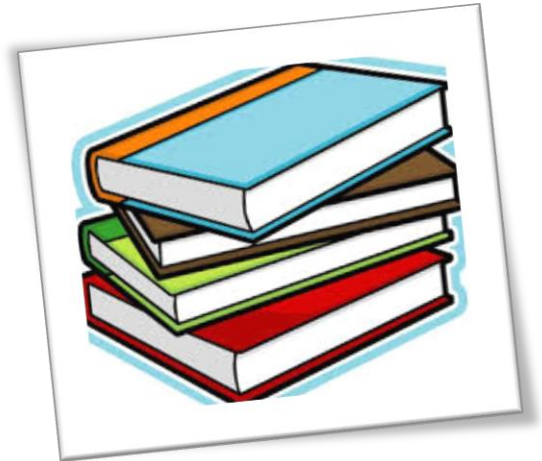
درسنامه

کتاب مدیریت تولید

پودمان سوم- قسمت سوم - صفحه ۶۷ الی ۷۱

تهیه کننده: وجیهه عابد

سرگروه کاربرد فناوری های نوین استاد آذربایجان شرقی



امکان سنجی



قبل از شروع به تولید یک محصول یا اجرای یک ایده، لازم است شرایط انجام پذیر بودن آن را بررسی کنیم تا بتوانیم به تصمیم مطلوب برسیم. در واقع همین بررسی شرایط و اوضاع، مفهوم ساده و اولیه «امکان سنجی» است. برای مثال توسعه گوشی های تلفن همراه را در نظر بگیرید. اگر بخواهیم پیشرفتی تازه در آن ایجاد کنیم، ابتدا باید شرایط را بررسی کنیم که با اقبال بازار روبه رو شود. همان طور که میدانید، همه محصولات یا خدماتی که به بازار می آیند، با فروش بالایی روبه رو نمی شوند و این دقیقاً به خاطر بی توجهی به امکان سنجی است.



امکان سنجی بازار

تا زمانی که احساس نیاز برای افراد به وجود نیاید، هیچ محصولی با استقبال روبه رو نخواهد شد. اما نکته در اینجاست که تنها احساس نیاز، برای خرید یا تولید کافی نیست. لازمه خرید محصول، خواست و در نهایت توانایی فرد است.

بازار

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.



از نظر اقتصاددانان، یک بازار شامل تمام خریداران و فروشندگانی است که در حال دادوستد کالاها و خدمات خاصی هستند. بر این اساس بازار محصولات لبنی یعنی تمام فروشندگانی که انواع محصولات لبنی شامل شیر، ماست، دوغ، کره و سایر فرآورده ها را می فروشند و نیز تمام مصرف کنندگانی که این محصولات لبنی را خریداری می کنند.

کار در کلاس

برای کنترل بر بازار و شناخت ابعاد مختلف آن نیاز به ابزاری است که بتوان از طریق آن بر شرایط بازار مسلط شد. به نظر شما چه عواملی می تواند در هنگام خرید یک محصول بر مشتری تأثیر بگذارد؟ به کمک دوستان خود، موضوع را بررسی و تحلیل کنید.

پاسخ: بر اینکه فردی اقدام به خرید کالا یا خدماتی بکند عوامل متعددی نقش دارند. به بیان دیگر، عوامل متعددی بر تصمیم مشتریان تأثیر می گذارند تا مشتریان دست به خرید یک محصول بزنند. برخی از این عوامل عبارتند از: نام تجاری - ارزش و اهمیت محصول - قیمت محصول - کیفیت محصول - تنوع رنگ محصول - به روز بودن محصول - جنس محصول.

بازاریابی دربرگیرنده همه عواملی است که یک واحد تولید می تواند با در نظر گرفتن آنها بر میزان تقاضای محصولاتش اثر گذار باشد. این عوامل عبارت اند از:

قیمت	مکان عرضه	ترویج	محصول
مبلغی که در قبال محصول از مشتری دریافت می کند.	کلیه افراد و سازمان هایی که در فرایند ارائه کالا یا خدمات از محل شرکت شما به مصرف کننده نهایی نقش دارند.	کلیه اقداماتی که سازمان برای افزایش میزان خرید یک یا همه گروه های هدف (شامل واسطه های فروش و مصرف کنندگان نهایی) به کار گرفته می شود.	کالا یا خدمتی که به بازار عرضه می شود.

بحث کلاسی

اگر بخواهیم بدون توجه به سایر عوامل، صرفاً از طریق خود محصول تقاضا را بالا ببریم، باید چه مواردی را مورد توجه قرار داد؟ (برای مثال کیفیت محصول). حال موارد دیگر را اضافه کنید.

فرض کنید اگر تنها قرار باشد از طریق قیمت، باعث افزایش تقاضا شوید، چه راه‌کارهایی را پیشنهاد می‌دهید. (برای مثال تخفیف‌های فروش). موارد دیگر را بیان کنید.

پاسخ: بسته بندی محصول خود را بهتر کنید- ویژگیهای محصول را با نیاز بازار تنظیم کنید- محصول را در زمان

مناسب به بازار عرضه کنید - محصول را در زمان مناسب به بازار عرضه کنید- در صورت امکان محصول را انحصاری کنید - محصول را در زمان مناسب به بازار عرضه کنید - تخفیف‌های فروش دوره ای برای محصولتان در نظر بگیرید.- کیفیت محصول خود را بالا ببرید- توضیحات محصول را در محلی مناسب قرار دهید، همواره به یاد داشته باشید که یک خریدار سردرگم هرگز محصول شما را نمی‌خرد.

مفهوم بازارسنجی



منظور از بازارسنجی، موارد زیر است:

- استفاده از اطلاعات حاصل از تحقیقات، برای تنظیم یا تجدید روشهای بازاریابی، نظیر تبلیغات، فروش مستقیم، محصول جدید و غیره؛
- شناسایی فرصت‌ها و نیازهای بازار و مصرف‌کنندگان؛
- تنظیم برنامه یا اصلاح ساختار آمیخته بازاریابی (محصول، قیمت، توزیع و ترویج)؛

- برآورد تقاضای بازار و تعیین مقدار تولید و توزیع محصول در بازار؛
- پیشبینی فروش محصول بنگاه اقتصادی؛
- آگاهی از نقش و اثر تبلیغات انجام شده توسط بنگاه در بین مخاطبان بازار هدف؛
- استفاده از نتایج تحقیقات برای ارتباط با مشتری.

کار در منزل

یک سازمان را انتخاب کنید و فرایند بازاریابی آن را بررسی نمایید. برای این کار می‌توانید از دانشجویانی که در رشته مدیریت بازرگانی تحصیل می‌کنند نیز کمک بگیرید.

- پاسخ:** سازمان تامین اجتماعی با توجه به ماهیت فعالیت خود، استراتژی‌های بازاریابی خویش را در سه بخش بیمه ای، درمان و سرمایه گذاری تدوین و تنظیم کرده است. در بخش بیمه ای به دنبال تعیین گروه های جدید و پوشش مشاغل غیر رسمی است. در بخش درمان قصد دارد خدمات درمانی را به افرادی که تحت پوشش نیستند، گسترش دهد و در حوزه سرمایه گذاری نیز با توجه به امتیاز برند خود در جستجوی یافتن فرصتهای جدیدی برای سرمایه گذاری است. حرکت در مسیر جهت گیری های فوق، مستلزم اخذ استراتژی های رشد و رقابتی متعددی است که سازمان در این ارتباط در نظر دارد. برخی از آنها به شرح زیر است:
- بسته های جدید خدمات خود را متناسب با گروه های مختلف مشتریان توسعه دهد.
 - با توجه به محاسبات بیمه ای، گروه های جدیدی را جذب و تحت پوشش قرار دهد.
 - تنوع تعهدات خود را متناسب با گروه های مختلف مشتریان افزایش دهد.
 - به منظور جذب و نگهداشت مشتری، پرداخت سهم بیمه شده از هزینه های درمانی را کاهش دهد.
 - گسترش مراکز درمانی بخش دولتی و خصوصی که منجر به دسترسی بیشتر مشتریان می شود

امکان سنجی فنی



منظور از امکان سنجی فنی، بررسی تجهیزات و امکانات اولیه کار می باشد. با یک مثال این مفهوم توضیح داده می شود:

فرض کنید می خواهید یک وسیله الکترونیکی بسازید و از آن به صورت عمومی استفاده کنید. بدیهی است که برای ساخت این وسیله شما نیاز به یک کارگاه یا باید فضای کار را دارید. حال بعد از فراهم آمدن فضای مناسب کار، چه چیزی مورد نیاز است؟ بدون وجود امکانات اولیه، دانش شما نتیجه ای نخواهد داشت. بنابراین فراهم آوردن امکانات و ماشین آلات، لازمه کار می باشد.

بحث کلاسی

فرض کنید همه ابزار مورد نیازتان، در کارگاه هنرستان برای شما فراهم شده است. برای توسعه یک محصول جدید، الگو و برنامه‌ای بر اساس یک امکان‌سنجی فنی طراحی کنید و روش اجرای کار را نیز پیشنهاد دهید.

پاسخ: فرآیند تولید ظروف یکبار مصرف کاغذی

ظروف یکبار مصرف کاغذی، ظروفی مانند لیوان، سینی، بشقاب، پیاله و ... می باشد که از کاغذ لامینت شده تولید می شوند. کاغذ لامینت شده کاغذی است که دارای پوشش آلومینیومی، مومی و یا برخی پلیمرها می باشد که این پوشش ها جهت مقاوم سازی آنها در مقابل آب صورت می گیرد.

در طرح های تولید ظروف یکبار مصرف کاغذ لامینت شده به صورت آماده از بازار خریداری شده و سپس با استفاده از ماشین آلات مخصوص، کاغذ فوق به شکل ظروف مورد نظر شکل دهی می گردد. در شکل زیر فرآیند تولید نشان داده شده است:

