

فرم درخواست نیاز فناوری اسنواتک

اطلاعات اولیه:

عنوان نیاز فناوری:
اصول و شیوه های اصلی تخمین میزان تقاضای پنهان و آشکار بازار (با رویکرد صنعت لوازم خانگی ایران)
نوع پروژه (ساخت، طراحی، خدمات، طرح پژوهشی یا ...):
طرح پژوهشی

اطلاعات پروژه:

مشروح مسئله:

حضور بنگاه های اقتصادی و تداوم فعالیت آن ها در بازار نیازمند کسب اطلاعات و فهم روند حاکم بر بازار و ارزیابی دقیق از میزان عرضه و تقاضا است. مطالعه و بررسی تاریخ فعالیت های اقتصادی در دهه های اخیر گواه آن است که شرکت ها و صنایع بسیاری به دلیل عدم پیش بینی درست از میزان تقاضای بازار به سمت ورشکستگی رفته اند. حال آن که با شناخت عوامل محرک تقاضا می توان بینش ارزشمندی از وضعیت آینده بازار به دست آورد. شایان ذکر است که پیش بینی تقاضای کل بازار، پیروزی استراتژی ها را تضمین نمی کند؛ با این وجود، عدم اجرای آن باعث می شود که تصمیم گیری در زمینه سرمایه گذاری، پشتیبانی از فعالیت های بازاریابی و تخصیص دیگر منابع، بر اساس فرضیات ناخودآگاه و نامشخصی در مورد الزامات بازار صورت گیرد. تجربه نشان داده است که چنین روندی، اغلب موجب تصمیم گیری های اشتباه می شود. تخمین تقاضای کل بازار می تواند باعث افزایش بهره وری شرکت گردد اما این رویکرد، شایسته یک تیم مدیریتی است. در واقع با انجام این کار، به جای اینکه در مواجهه با شرایط بازار، تنها به اهداف، ارقام و راه حل های ساده اتکا شود، محیط رقابتی مورد ارزیابی قرار می گیرد. در این راستا لازم است علاوه بر توجه به تقاضای آشکار، به آن دسته از نیازهای مشتریان توجه کرد که تاکنون پاسخی به آن ها داده نشده است و با عنوان تقاضای پنهان شناخته می شوند.

۱

اهداف مسئله (خروجی مورد نظر از پروژه به طور شفاف بیان گردد و همچنین اثرات خروجی طرح):

هدف تخمین تقاضای کل بازار است تا بتوان کنترل آینده شرکت خود را به نحو بهتری در دست گرفت و با هدف افزایش بهره وری در بازار رقابتی و پویا فعالیت کرد.

۲

علت ایراد تقاضا (چالش هایی که با انجام این پروژه رفع خواهند گردید عنوان شود):

پیش بینی تقاضا در واقع یک مسئله ی آماری است که در علوم مختلف استفاده می شود اما در دنیای کسب و کار، مخصوصاً حوزه ی تولید، زمانی نتیجه بخش است که بر مبنای اطلاعات بازاریابی و محدودیت های عملیاتی بررسی شود. اگرچه هیچ وقت در پیش بینی قطعیت وجود ندارد، یعنی نتایج پرهزینه ترین و دقیق ترین فرآیندهای پیش بینی هم می توانند از واقعیت دور باشند؛ اما به صورت کلی عوامل روش پیش بینی، پیچیدگی محیط و کیفیت اطلاعات و داده ها دقت پیش بینی را تحت تأثیر قرار می دهند. روش پیش بینی گاهی به زمان یا هزینه ی زیادی نیاز دارند یا با نوع مسأله و خواسته هایمان سازگار نیستند، مثلاً بسیاری از روش های کمی صرفاً برای پیش بینی های کوتاه مدت و نهایتاً میان مدت قابل استفاده هستند. شرایط محیطی اصلی ترین عامل کاهش دقت پیش بینی تقاضا هستند، مثلاً رونق یا رکود اقتصادی، کاهش یا افزایش نرخ ارز، اما در بلند مدت، پیش آمدهای زیادی رخ می دهد که مجموعه ی آن ها انحراف بزرگی در نتایج به وجود می آورند. از نظر کمی، پیش بینی ها بر اساس داده های کنونی و گذشته انجام می شوند، مثلاً با بررسی شواهد در سری های زمانی تغییرات فروش یک محصول می تواند نمایانگر افزایش یا کاهش تقاضای

۳

<p>آینده، تغییر الگوی مصرف و در نهایت تعیین کننده‌ی فرصت‌های تغییر رویکرد در آینده باشد. بنابراین واضح است که هر چقدر داده‌های بیشتر و دقیق‌تری داشته باشیم، پیش‌بینی اصولی‌تر و منطقی‌تر خواهد بود</p>	<p>محدوده مورد انتظار (مشخصات محصول یا طرح موردنظر، بایدها و نبایدهای طرح، موانع موجود، تست‌ها، آنالیزها و تاییدیه‌های مورد نیاز و...):</p>	<p>۴</p>
<p>شناسایی فرصت‌های پنهان و آشکار بازار به منظور افزایش بهره‌وری اقتصادی</p> <p>آیا نیاز فناوری نمونه معادل خارجی یا داخلی دارد؟ (در صورت وجود نمونه مشابه، ذکر اسم کشور، شرکت، وبسایت عکس یا توضیحات مربوطه):</p>	<p>۵</p>	<p>–</p>
<p>حوزه تقاضای فناوری:</p>	<p>۶</p>	<p>بازاریابی</p>
<p>هزینه پیشنهادی انجام پروژه:</p>	<p>۷</p>	<p>–</p>