

بسم الرحمن الرحيم

نقشه راه اقتصاد ملی

مؤلفین

مهندس بابک منافی

مهندس علیرضا مسیبی

فهرست مطالب

مقدمه.....	۹
فصل ۱: بررسی پارامترهای تأثیرگذار در حوزه اقتصاد ملی.....	۱۱
۱-۱ مقدمه.....	۱۱
۱-۲ بررسی ابعاد گوناگون اقتصاد ملی.....	۱۱
۳-۱ جمع‌بندی.....	۱۸
فصل ۲: ظرفیت‌های تولیدی و تدوین نقشه راه.....	۲۱
۱-۲ مهم‌ترین رکن در بالا بردن ظرفیت‌های تولیدی یک کشور.....	۲۱
۲-۲ تدوین نقشه راه.....	۲۴
فصل ۳: مرحله نیازسنجی.....	۲۷
۱-۳ چگونگی انجام مرحله نیازسنجی.....	۲۷
۱-۱-۳ اصل محوریت مصرف‌کننده.....	۲۷
۲-۱-۳ طبقه‌بندی سطح نیازها و اولویت‌های مصرف‌کننده.....	۲۷
۲-۲ ارزیابی مشخصه‌های عمومی و تأثیرگذار محصول.....	۲۹

۲۹	۱-۲-۳ هدف
۲۹	۲-۲-۳ بهینه‌سازی
۳۰	۳-۲-۳ پیش‌بینی
۳۳	فصل ۴: برآورد مسیر راه و اهداف نهایی تولید
۳۳	۱-۴ تدوین سیاست‌های تولیدی
۳۴	۲-۴ پارامترهای مؤثر بر عملکرد تولیدکنندگان
۳۴	۲-۴ شاخص مالی
۳۴	۲-۲-۴ شاخص کیفیت
۳۶	۱-۲-۲-۴ نحوه تأثیر شاخص کیفیت بر رفتار تولیدکنندگان
۳۷	۳-۴ نحوه تأثیر شاخص کیفیت بر عملکرد فروشنده
۳۹	۴-۴ نحوه تأثیر شاخص کیفیت بر عملکرد مصرف‌کنندگان
۳۹	۵-۴ پارامترهای مشترک در چند
۳۹	۱-۵-۴ شاخص بهره‌وری
۴۰	۱-۱-۵-۴ جایگاه بهره‌وری از نگاه تولیدکنندگان
۴۱	۲-۱-۵-۴ شاخص بهره‌وری از نگاه فروشندگان
۴۲	۳-۱-۵-۴ دیدگاه بهره‌وری از نظر مشتریان
۴۲	۲-۵-۴ شاخص اطمینان با اعتمادپذیری
۴۵	فصل ۵: برآورد مسیر راه و اهداف نهایی تولید
۴۵	۱-۵ برآورد مسیر راه
۴۶	۲-۵ پردازش اطلاعات مربوط به مرحله نیازسنجی
۴۷	۳-۵ استخراج شرایط بهینه با استفاده از خروجی‌های مرحله نیازسنجی
۴۸	۱-۳-۵ ویژگی‌های ظاهری
۴۹	۲-۳-۵ ویژگی‌های کیفی
۵۰	۳-۳-۵ ویژگی‌های فنی
۵۳	۴-۵ چگونگی ارضای نیازهای اساسی در تولید محصول یا تکیه بر منابع داخلی
۵۵	۵-۵ ساخت نمونه‌های اولیه محصول، گرفتن بازخوردهای استفاده‌کنندگان و انجام تبلیغات و
۵۶	پیدا کردن لینک‌های فروش

۶۱	۵-۶ انجام تبلیغات و پیدا کردن لینک‌های (زنجره‌های) فروش
۶۲	۵-۶-۱ تبلیغات محصول پیش از عرضه رسمی
۶۲	۵-۶-۲ تبلیغات پس از عرضه رسمی محصول
۶۸	۵-۷ چگونگی عرضه محصول در بازار داخلی
۷۰	۵-۸ ویرایش و طراحی و ساخت محصول
۷۲	۵-۹ شروع یک محصول جدید دیگر در آن حوزه
۷۲	۵-۹-۱ جمع‌آوری و استفاده از اطلاعات مرحله بازخورد
۷۳	۵-۹-۲ بررسی مشخصه‌های عمومی و تأثیرگذار محصول جدید
۷۴	۵-۳ برورد اهداف نهایی تولید محصول جدید
۷۴	۵-۹ چگونگی پوشش عبوب محصولات قبلی و افق موفقیت محصول جدید
۷۵	۵-۹ ادامه مراحل مانند مراحل طراحی و تولید محصولات قبلی
۷۵	۵-۱۰ نتیجه‌گیری
۷۷	فهرست منابع

در این کتاب سعی کرده‌ایم تا دستاوردهای فکری و تحقیقاتی خود را همراه با نظرات شما در جهت کمک به بالا بردن ظرفیت‌های تولید ملی و هموار کردن مسیر راه آیندگان در این مسیر خلبان ارائه دهیم.

زمینه تخصصی نویسنده، مهندسی مکانیک گرایش ساخت و تولید است؛ اما آنچه در زمینه تولید و ساخت محصولات در این رشته نقش بسیار مهمی را بازی می‌کند، بحث مدیریت تولید و کنترل کیفیت است. دیدگاه‌هایی که در این کتاب مورد بحث قرار می‌گیرند، دیدگاه مهندسی هستند، به‌ویژه پارامترهای تولیدی یک محصول، هرچند در کنار این دیدگاه بحث روانشناسی فروش، مهندسی فروش و دیدگاه مدیریتی نیز لحاظ شده است.

در این کتاب ابتدا یک نقشه راه برای چگونگی دستیابی و برآیند عرضه محصول ترسیم می‌شود و سپس در مراحل بعدی سعی می‌شود این مسیر به توضیح کامل‌تری داده شود. هدف این کتاب، بر این مبنا می‌باشد که چگونه یک کشور، مانند ایران که خواهان ترقی در زمینه صنعت است، با استفاده از ظرفیت‌های انسانی خود می‌تواند وابستگی خود را از هرگونه کشوری در زمینه تولید برهاند.

یابک منافی، علیرضا مسیبی

تأبستان ۹۶