

المحاضرة الرابعة: تحديد هيكل العمليات (خطوات انتاج المنتج)

أولاً: تعريف هيكل العمليات:

يقصد بهيكل العمليات جميع الخطوات والمراحل الواجب اتباعها من طرف الطالب المقاول لانتاج منتجه، أي تحديد كيفية تنظيم وترتيب الأنشطة والمهام داخل منظمة معينة (مؤسسة ناشئة)، وتحديد الصلاحيات والمسؤوليات والعلاقات بين الأقسام والفروع المختلفة.

ثانياً: خصائص هيكل العمليات

يتميز هيكل العمليات بمجموعة من الخصائص أهمها:

- 1-تقسيم العمليات: أي تقسيم العمليات إلى وحدات صغيرة قابلة للإدارة والتحكم.
- 2-توضيح الصلاحيات: بمعنى تحديد الصلاحيات والمسؤوليات الخاصة بكل جزء من هيكل العمليات.
- 3-تحديد التسلسل: أي ترتيب الخطوات اللازمة لإتمام العمليات بشكل صحيح.
- 4- توفير الانسجام: ضمان تناسق العمليات مع أهداف المؤسسة واحتياجات العملاء.
- 5- توثيق العمليات:توثيق كل العمليات لضمان فهمها وتنفيذها بشكل منسق وفعال.

ثالثاً: أهمية تحديد هيكل العمليات

تظهر أهمية تحديد هيكل العمليات في:

1- **تحسين الكفاءة والإنتاجية:** فيمكن لتصميم هيكل العمليات بشكل صحيح ودقيق من زيادة كفاءة العمليات، كما يساعد في تحسين الإنتاجية وتنظيم الأنشطة.

2- **تحسين التنظيم والتنسيق:** يمكن تحديد الهيكل التنظيمي المؤسسة بتنظيم العمليات بشكل أفضل وتنسيقها بين الأقسام المختلفة، مما يؤدي إلى تحسين تدفق العمل والتقليل من المماثلة والتكرار.

3- **تحديد الصلاحيات والمسؤوليات بدقة:** يساعد تحديد هيكل العمليات في توضيح صلاحيات ومسؤوليات كل فرد في المؤسسة الناشئة، مما يسهل من عملية اتخاذ القرارات وتنفيذ الأنشطة بفعالية.

4- **تحقيق الأهداف الاستراتيجية:** من خلال تنظيم العمليات بشكل مناسب، يمكن للمؤسسة تحقيق أهدافها الاستراتيجية بفعالية أكبر وبشكل أسرع، مما يعزز من تنافسيتها ونجاحها في السوق.

رابعاً: العوامل المؤثرة في تحديد هيكل العمليات

من بين أهم العوامل المؤثرة في تحديد هيكل العمليات ما يأتي:

1- **نوع الصناعة والقطاع:** تختلف الصناعات في احتياجاتها وطبيعتها أعمالها مما يؤثر على تصميم هيكل العمليات.

2- **حجم المنظمة:** المؤسسات الناشئة تحتاج إلى هياكل عمليات مرنة وبسيطة مثل الشركات الصغيرة المختلفة، أما الشركات الكبرى فتتطلب هياكل أكثر تعقيداً.

3- **تغيرات السوق:** التغيرات في احتياجات السوق ومتطلبات العملاء تستدعي تعديلات في هيكل العمليات لتلبية تلك التغيرات.

- 4-التكنولوجيا: إن استخدام التكنولوجيا يمكن أن يؤثر على تصميم هيكل العمليات، مثل: تبني أنظمة المعلومات الحديثة لتحسين كفاءة العمليات.
- 5-ثقافة المنظمة: إن القيم والمعتقدات وأساليب العمل داخل المنظمة تلعب دورا كبيرا في تحديد كيفية تنظيم هيكل العمليات وتوجيهه.

خامسا: مراحل إنشاء منتج ناجح لشركة ناشئة (خطوات إنتاج منتج)

تتمثل مراحل وخطوات إنتاج منتج في مؤسسة ناشئة في النقاط التالية:

1-تعريف منتجك:

كخطوة أولى في انشاء شركة ناشئة ناهجة قائمة على منتج، وجب أخذ الوقت الكافي لتحديد هذا المنتج، حيث يجب تحديد الحاجة التي سيلبيها هذا المنتج، بالإضافة إلى تحديد السوق المستهدف والذي سيساعد الطالب في تحديد استراتيجية التسعير الخاصة به، كما يساعده على فهم عملائه المحتملين، وبمجرد تحديد الفئة المستهدفة يمكنه البدء في تطوير استراتيجية السوق، حيث يجب أن تتضمن هذه الاستراتيجية مزيجا من أساليب التسويق عبر الإنترنت وأساليب أخرى غير متصلة بالانترنت، ثم تأتي مرحلة انشاء نموذج أولي والتي تسمح للطالب من اختبار منتجه والتأكد من مدى تلبية احتياجات الفئة المستهدفة، لتأتي بعد ذلك عملية الإنتاج.

2-تطوير نموذج عمل:

إن انشاء منتج ناجح ليس بالأمر السهل، حيث يتطلب إتخاذ خطوات دقيقة تتمثل في:

-تطوير نموذج العمل(تطوير النموذج الأولي واختباره والتأكد من أنه جاهز للتسويق)- إنشاء موقف ويب للتسويق- إبقاء العملاء سعداء من خلال تقديم خدمة عملاء جيدة.

3-إجراء أبحاث السوق:

يجب أخذ الوقت الكافي لإجراء أبحاث السوق، لأنها تساعد في معرفة السوق المستهدف والفئة المستهدفة، بالإضافة إلى تحديد مدى رغبة السوق وحاجتها لمنتجك.

ومن بين أهم الطرق الممكن اتباعها لإجراء أبحاث السوق نجد البحث في Google عن فكرة منتجك، والتعرف عن مختلف النتائج الخاصة بذلك.

4-إنشاء خطة تسويق:

تساعدك هذه الخطوة على نقل منتجك من مرحلة المفهوم إلى مرحلة السوق، وذلك من خلال اتباع الخطوات التالية:

-البحث في السوق المستهدف.

-تحديد العلامة التجارية.

-تطوير استراتيجية التسويق.

-وضع بعض الأهداف.

-إنشاء ميزانية.

-تنفيذ الخطة.

5-جمع الأموال:

يمكنك جمع الأموال من أجل تمويل مؤسستك الناشئة من خلال الاعتماد على عدة مصادر مثل: المدخرات الشخصية-بطاقات الإئتمان-رأس المال الاستثماري.

6-بناء فريقك:

يجب على مؤسس المؤسسة الناشئة بناء فريق عمله والمتكون أساسا من القائد- المهندس-المسوق-مندوب المبيعات-الخبير المالي.

7-إطلاق منتجك:

عند إطلاق المنتج وجب التأكد أولا من:

-صحة المنتج.

-إنشاء إستراتيجية الدخول إلى السوق.

-إطلاق المنتج بالفعل.

8- إدارة النمو والتوسع:

من أجل توسيع نطاق المنتج وجب الأخذ بعين الاعتبار الرؤية الواضحة للمكان الذي تريد أن يذهب إليه منتجك، وما الاحتياجات التي يلبها؟ وكيف يمكن أن تجعلها في متناول المستخدمين؟ وبمجرد تكوين فكرة جيدة في هذا المجال من المهم البدء في تكوين فريق قوي يساعد في تنفيذ هذه الرؤية.

9- تقييم النجاح:

تمر الشركات الناشئة بعدة مراحل قبل دخولها حيز التنفيذ، ويقوم فريق الشركة الناشئة بالتحقق من صحة الفكرة مع العملاء المحتملين، ثم لتأتي بعد ذلك مرحلة التطوير أين يتم بناء المنتج وإطلاقه، ثم التوسع في السوق المستهدف، ثم تأتي مرحلة تقييم المنتج والتي تظهر من خلال تقييم الفئة المستهدفة والسوق المستهدف لهذا المنتج، من خلال تعليقات العملاء المحتملين عليه وآرائهم حول المنتج، وهذا ما يزيد من

السوق المستهدف أو ينقص من حجمه، فالأمر مرهون بجودة المنتج و
مدى حله لمشكلة المشروع.