

به نام خدا



وزارت علوم، تحقیقات، و فناوری

پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران
(ایرانداک)

خلاصه گزارش طرح پژوهشی سازمانی

عنوان طرح پژوهشی

تدوین برنامه بازاریابی برای دوره‌های آموزش کوتاه‌مدت تخصصی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) با رویکرد آمیخته بازاریابی: تحلیل هزینه و فایده

تاریخ شروع طرح پژوهشی	۱۴۰۱/۰۲/۱۱	تاریخ پایان طرح پژوهشی	۱۴۰۳/۱۰/۱۸
نام و نام خانوادگی مجری طرح پژوهشی	علی نعیمی صدیق		
نام و نام خانوادگی همکاران طرح پژوهشی	علیرضا ثقه‌الاسلامی، احمد گنجی		

درباره طرح پژوهشی

یکی از مأموریت‌های بنیادین پژوهشگاه در اساسنامه، آموزش است و پژوهشگاه در سال‌های گذشته صدها دوره آموزشی کوتاه‌مدت برای پژوهشگران سراسر کشور برگزار کرده است. یکی از اهداف آموزش کسب درآمد و سودآوری برای پژوهشگاه است. تا کنون برنامه بازاریابی مدونی برای پیشبرد اهداف دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت تدوین نشده است تا بتواند این منبع درآمدی پژوهشگاه را به یک منبع درآمد پایدار تبدیل کند. از این‌رو در این پژوهش قصد داریم در گام نخست با مطالعه آمیخته بازاریابی آموزش شامل محصول (Product)، قیمت (Price)، توزیع (Place) و پیشبرد (Promotion) یا به بیان دیگر چهار پی به بررسی مشکلات و چالش‌های پیش روی آموزش بپردازیم و در گام بعد با انتخاب سه سناریوی منتخب (که برگرفته از گروه کانونیست) به تحلیل هزینه و فایده آن در سه حالت بدبینانه، واقع‌بینانه و خوش‌بینانه بپردازیم که در آن میزان سودآوری هر یک از سناریوها با تعیین نرخ بازگشت سرمایه (IRR) مشخص خواهد شد و این سناریوها با یکدیگر مقایسه می‌شوند. روش پژوهش مورد نظر برای گام اول این پژوهش، استفاده از مطالعه کتابخانه‌ای و بررسی منابع، مصاحبه با مدیران و همکاران آموزش برای تعیین و تبیین مشکلات دوره‌های آموزشی از چهار منظر محصول، قیمت، توزیع و پیشبرد است که در پایان سه سناریوی ایجاد مدرسه، برگزاری دوره‌های میکرومستر و تهیه ویدئوهای آموزشی انتخاب شدند و در سه حالت بدبینانه، واقع‌بینانه و خوش‌بینانه مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد در مجموع، هر سه سناریو دارای پتانسیل‌های مناسبی هستند. با این حال، سناریوی ویدئوهای آموزشی و دوره‌های میکرومستر به دلیل نرخ بازگشت سرمایه بالاتر و هزینه‌های کمتر، به عنوان گزینه‌های جذاب‌تری برای سرمایه‌گذاری و توسعه محسوب می‌شوند. از سوی دیگر، برگزاری مدارس آموزشی می‌تواند به تقویت برند پژوهشگاه کمک کند، اما برای بهبود عملکرد آن، نیاز به بازنگری و

اصلاح در مدل‌های مالی و اجرایی وجود دارد.

روش پژوهش

روش گروه کانونی (Focus Group) یکی از روش‌های تحقیق کیفی است که برای جمع‌آوری داده‌ها از طریق بحث گروهی استفاده می‌شود. این روش شامل تشکیل گروهی کوچک از افراد با ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشابه است که در مورد یک موضوع خاص به بحث و تبادل نظر می‌پردازند. هدف اصلی این روش، کشف دیدگاه‌ها، ادراکات و تجربیات افراد است. روش گروه کانونی به ویژه در پژوهش‌های بازاریابی و علوم اجتماعی کاربرد دارد. این روش به پژوهشگران امکان می‌دهد تا به عمق بیشتری از داده‌ها دست یابند و از تعاملات گروهی برای استخراج اطلاعات و کشف دانش و راهکار استفاده کنند. از سوی دیگر آمیخته بازاریابی به سازمان‌ها کمک می‌کند تا با تحلیل نیازها و خواسته‌های مشتریان، محصولات و خدماتی را ارائه دهند که به‌طور دقیق با نیازهای آن‌ها مطابقت داشته باشد. با ایجاد یک آمیخته بازاریابی منحصر به فرد و جذاب، سازمان‌ها می‌توانند از رقبا متمایز شوند و سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص دهند. همچنین تحلیل هزینه-فایده (Cost-Benefit Analysis) یک روش تحلیلی است که برای ارزیابی هزینه‌ها و منافع مرتبط با یک پروژه یا تصمیم‌گیری استفاده می‌شود. این روش به تصمیم‌گیرندگان کمک می‌کند تا با مقایسه هزینه‌ها و منافع پیش‌بینی‌شده، به یک نتیجه منطقی برسند تا بتوانند بین سناریوهای گوناگون مقایسه اقتصادی انجام دهند که در نهایت بتوانند یکی و یا ترکیبی از سناریوها را در تصمیم‌های خودشان مورد استفاده قرار دهند.

یافته‌های طرح پژوهشی

تحلیل هزینه و فایده برگزاری مدارس آموزشی نشان می‌دهد که در حالت بدبینانه، این پروژه نمی‌تواند هزینه‌های خود را پوشش دهد و تنها به تقویت برند پژوهشگاه کمک می‌کند. در حالت خوش‌بینانه، با افزایش درآمد، هزینه‌های نیروی انسانی و اجاره فضا به چالش‌هایی تبدیل می‌شوند. حالت واقع‌بینانه، با افزایش تعداد مدارس و کاهش هزینه‌ها، تنها حالتی است که می‌تواند سودآوری مناسبی را برای پژوهشگاه به ارمغان آورد. در این حالت، نرخ بازگشت سرمایه (IRR) حدود ۳۵ درصد و ارزش زمان فعلی پول (NPV) حدود ۸۲ میلیون تومان برآورد شده است.

استفاده از ویدئوهای آموزشی به عنوان ابزاری مؤثر در فرآیند یادگیری مدرن، به شرکت‌کنندگان این امکان را می‌دهد که به محتوای آموزشی در زمان‌های مختلف دسترسی داشته باشند. تحلیل هزینه‌ها نشان می‌دهد که با سرمایه‌گذاری اولیه کمتر، می‌توان به سودآوری مناسبی دست یافت. در حالت بدبینانه، نرخ بازگشت سرمایه حدود ۵۳ درصد و ارزش زمان فعلی طرح حدود ۴۵۰ میلیون تومان برآورد شده است. این سناریو به دلیل هزینه‌های پایین و پتانسیل بالای درآمدزایی، جذابیت زیادی دارد.

برگزاری دوره‌های میکرو مستر به عنوان یک جهش در واحد آموزش پژوهشگاه می‌تواند به تغییرات مالی و برندینگ مثبت منجر شود. با توجه به هزینه‌های اجرایی، آموزشی و محل برگزاری، حالت واقع‌بینانه با سرمایه‌گذاری اولیه ۵۰۰ میلیون تومان، نرخ بازگشت سرمایه حدود ۶۴ درصد و ارزش فعلی حدود ۶۰۰ میلیون تومان را نشان می‌دهد. این سناریو به دلیل پتانسیل بالای سودآوری و نیاز به دریافت مجوز و پشتیبان برای برگزاری، می‌تواند به عنوان یک فرصت مناسب در نظر گرفته شود.

در مجموع، هر سه سناریو پتانسیل‌های خاص خود را دارند، اما سناریوی ویدئوهای آموزشی و دوره‌های میکرو مستر به دلیل نرخ بازگشت سرمایه بالاتر و هزینه‌های کمتر، به عنوان گزینه‌های جذاب‌تری برای سرمایه‌گذاری و توسعه در نظر گرفته می‌شوند. برگزاری

مدارس آموزشی نیز می‌تواند به تقویت برند پژوهشگاه کمک کند، اما نیاز به بازنگری در مدل‌های مالی و اجرایی دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تحلیل هزینه و فایده برگزاری مدارس آموزشی و سایر سناریوها در این پژوهش به بررسی پتانسیل‌های مالی و اقتصادی هر یک از گزینه‌ها در فصل چهارم پرداخته شده است. در این تحلیل، سه سناریو برای بازاریابی آموزش دوره‌های کوتاه‌مدت مورد بررسی قرار گرفته است.

۱. مدارس آموزشی:

- در حالت **بدبینانه**، برگزاری این مدارس نمی‌تواند هزینه‌های خود را پوشش دهد و تنها به تقویت برند پژوهشگاه کمک می‌کند.
- در حالت **خوش‌بینانه**، با افزایش درآمد، هزینه‌های نیروی انسانی و اجاره فضا به چالش‌هایی تبدیل می‌شوند.
- در حالت **واقع‌بینانه**، با افزایش تعداد مدارس و کاهش هزینه‌ها، این سناریو می‌تواند سودآوری مناسبی را برای پژوهشگاه به ارمغان آورد. در این حالت، نرخ بازگشت سرمایه (IRR) حدود ۳۵ درصد و ارزش زمان فعلی پول (NPV) حدود ۸۲ میلیون تومان برآورد شده است.

۲. ویدئوهای آموزشی:

- استفاده از ویدئوهای آموزشی به عنوان ابزاری مؤثر در فرآیند یادگیری مدرن، به شرکت‌کنندگان این امکان را می‌دهد که به محتوای آموزشی در زمان‌های مختلف دسترسی داشته باشند.
- تحلیل هزینه‌ها نشان می‌دهد که با سرمایه‌گذاری اولیه کمتر، می‌توان به سودآوری مناسبی دست یافت. در حالت بدبینانه، نرخ بازگشت سرمایه حدود ۵۳ درصد و ارزش زمان فعلی طرح حدود ۴۵۰ میلیون تومان برآورد شده است. این سناریو به دلیل هزینه‌های پایین و پتانسیل بالای درآمدزایی، جذابیت زیادی دارد.

۳. دوره‌های میکرو مستر:

- برگزاری دوره‌های میکرو مستر به عنوان یک جهش در واحد آموزش پژوهشگاه می‌تواند به تغییرات مالی و برندینگ مثبت منجر شود.
- با توجه به هزینه‌های اجرایی، آموزشی و محل برگزاری، حالت واقع‌بینانه با سرمایه‌گذاری اولیه ۵۰۰ میلیون تومان، نرخ بازگشت سرمایه حدود ۶۴ درصد و ارزش فعلی حدود ۶۰۰ میلیون تومان را نشان می‌دهد. این سناریو به دلیل پتانسیل بالای سودآوری و نیاز به دریافت مجوز و پشتیبان برای برگزاری، می‌تواند به عنوان یک فرصت مناسب در نظر گرفته شود.

در مجموع، هر سه سناریو پتانسیل‌های خاص خود را دارند، اما سناریوی ویدئوهای آموزشی و دوره‌های میکرو مستر به دلیل نرخ بازگشت سرمایه بالاتر و هزینه‌های کمتر، گزینه‌های جذاب‌تری برای سرمایه‌گذاری و توسعه محسوب می‌شوند. برگزاری مدارس آموزشی نیز می‌تواند به تقویت برند پژوهشگاه کمک کند، اما نیاز به بازنگری در مدل‌های مالی و اجرایی دارد.