

# ÜRÜN TASARIMI

# ARAŐTIRMA GELIŐTİRME

- Araőtirma geliőtirme, bilim ve teknolojinin alt yapısını meydana getirmekte olup, ürün tasarımında da önemli rol oynar.
- Araőtirma başlıca iki grupta toplanır:

## 1. Temel Araőtirma

Temel bilimlere dayalı olarak yapılan araőtirma ya da uygulamadır. Temel araőtirmayla belirli bir konudaki teknik bilgi artırılmaya çalışılmaktadır. Temel araőtirmanın amacı bilime teorik çalışmalarla katkıda bulunmaktır. Temel araőtirmayı yapabilecek finansal imkanlara sahip işletme sayısı oldukça az olmaktadır. Temel araőtirmalar genellikle üniversiteler, araőtirma enstitüleri, çeőtli kamu kurumları ve kâr amacı olmayan çeőtli enstitülerce yapılmaktadır.

## 2. Uygulamalı Araőtirma

Uygulamalı araőtirma önceden belirlenen ürün özelliklerine uygun olarak tasarım yapılmasını sağlar. Bu araőtirma temel araőtirma sonucuna göre ortaya çıkan bilgilere göre yapılmaktadır. Sanayi işletmelerinde uygulamalı araőtirma, temel araőtirmadan daha somut ve faydalı, daha kolay ve çabuk uygulama sonuçları verebilecek özelliklere sahip bulunmaktadır. Ancak buna karşılık uygulamalı araőtirmanın maliyeti oldukça yüksektir. Uygulamalı araőtirma sonuçlarına göre ürün tasarımı yapmak isteyen işletmeler, çeőtli üniversiteler ve araőtirma kurumlarıyla ortaklaşa çalışma yapabilirler.

# ARAŐTIRMA GELIŐTİRME

- Geliőtirme, araőtirmayla ortaya çıkarılan sonuçların ekonomik bir Őekilde uygulanmasını sağlayacak metotların geliŐimiyle ilgili olarak yapılan çalıŐmalardır.
- Uygulamalı araőtirmedan sonra ürün geliőtirme faaliyetleri yapılmaktadır.
- rn Geliőtirmeyle ilgili faaliyetler üç aşamada meydana gelmekte olup bunlar,
  - a) Bilimsel Geliőtirme AŐaması
  - b) Teknolojik Geliőtirme AŐaması
  - c) Pazarlama AŐaması

# ARAŐTIRMA GELIŐTİRME

- Araőtirma geliőtirme fonksiyonun amacı, sürekli değişen bir çevrede faaliyette bulunan işletmelerin, bu değişimleri yakından takip ederek, gelişme ve büyümelerini sağlamaktır.
- Araőtirma geliőtirme fonksiyonun öteki amaçları şunlardır;
  - Yeni ürün gelişimini sağlamak, Mevcut ürün ve malzemeler için yeni kullanım alanları bulmak, Yeni üretim tekniklerini bulmak veya mevcut üretim tekniklerini geliőtirmek,
  - Rakip işletmelerin gelişmelerine ayak uydurarak , rekabet gücünü korumak,
  - İşletmede verimliliği ve kârlılığı artırmak,
  - Yönetime doğru ve gerekli bilgileri zamanında ulaőtıracak olan bilgi işlem sisteminin kurulmasını sağlamaktır.

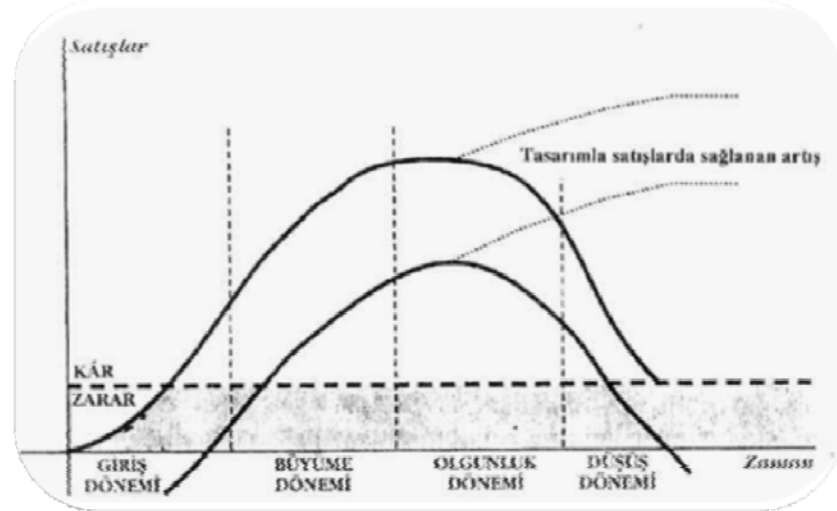
# ARAŐTIRMA GELIŐTİRME

- AraŐtırma ile geliŐtirme faaliyetleri arasındaki temel fark, araŐtırma, daha çok bir teknoloji, ürün veya bilgiyi ortaya çıkarmak ve bunları uygulamaya yöneltme faaliyetleri olduğu halde, geliŐtirme, mevcut teknoloji ve bilgiyi yeni ürünler veya üretim teknikleri ile ilgili uygulama alanlarına yönlendirme faaliyetlerinden meydana gelmektedir.
- AraŐtırma ve geliŐtirme faaliyetleri birbirlerini tamamlama özelliğine sahip olup, araŐtırma faaliyetlerinden sonra geliŐtirme faaliyetleri yer almaktadır.

# ÜRÜN HAYAT SEYRİ

- Ürün tasarımı işlemi ürün hayat seyri dikkate alınarak yapılmaktadır. Ürün tasarımıyla ürün hayat seyri arasında yakın bir ilişki vardır.
- Ürün hayat seyri dört dönemden meydana gelmektedir:

1. Giriş dönemi
2. Büyüme dönemi
3. Olgunluk dönemi
4. Düşüş dönemi



# ÜRÜN HAYAT SEYRİ

## 1. Giriş Dönemi:

Bu dönemde ürün pazara yeni girdiği için öncelikle tüketicilere tanıtım amacıyla reklamlara ağırlık verilir. Reklam etkisi nedeniyle ürünün pazarda tanınmasıyla birlikte, satışları yükselmeye başlar. Bu dönemde ürün yeni tasarlanmış olduğu için müşteriler tarafından tercih edilmesi nedeniyle satış grafiği sürekli yükselmektedir.

# ÜRÜN HAYAT SEYRİ

## 2. Büyüme Dönemi:

Bu dönemde tüketicilerin ürünü kullanması ve markanın tanınmaya başlamasıyla birlikte satışlarda sürekli artışlar olmaktadır. Yeni tasarlanan bir ürün pazarda tüketicileri tatmin ettiği için satışlar sürekli olarak artmaktadır.



# ÜRÜN HAYAT SEYRİ

## 3. Olgunluk Dönemi:

Bu dönemde satışlarda durgunluk ve düşme olduğundan işletmenin kârı azalmaktadır. Zamanla tasarlanan bir ürünün yerine yeni bir ürün tasarlanmadığı için satışlar düşmektedir. Bu aşamada ürün tasarımı önem kazanmaktadır. Yeni ürün tasarımında ürünün satış grafiği yükselecektir.

# ÜRÜN HAYAT SEYRİ

## 4. Düşüş Dönemi:

Bu dönemde satışlar iyice düşer ve tamamen durur.

Bu dönem ürün hayat seyrinin son dönemini meydana getirmekte olup, işletme düşüş döneminde üründen zarar eder. Bu dönemde ürünün eski modeli tüketiciler tarafından ilgi görmediği için satışlar sürekli azalmaktadır. Yeni ürün tasarımıyla satışlarda önemli artışlar sağlanabilmektedir.