

عنوان مقاله:

شناسایی و وزن دهی موانع پیاده سازی تولید مجازی با رویکرد MCDM مطالعه موردی: صنعت خودرو سازی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی و نخستین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت و کسب و کار (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

غلامرضا هاشم زاده خوراسگانی - دانشیار دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران

سیده فاطمه سیدمحسن - کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

با توجه به بروز تکنولوژی های جدید ، اقتصاد و بازار غیر قابل پیش بینی، نیاز انبوه بازار ، وجود رقابت شدید، کاهش دوره عمر محصول ، افزایش تنوع محصول و ... ، سازمان ها برای باقی ماندن در صحنه رقابت و پاسخگویی به نیاز مشتری راه حلی تازه احتیاج دارند. در حالی که اشکال سازمانی جدید با سیستم های نوین تولیدی می تواند یکی از این راه حل ها باشد، امروزه فقط شرکت های بزرگ از تکنولوژی مجازی استفاده می کنند و از مزایای آن سود می برند. هدف اصلی از انجام این تحقیق شناسایی موانع پیاده سازی تولید مجازی در صنعت خودروسازی می باشد که با توجه به این هدف اصلی، سه هدف فرعی نیز مطرح گردیده که عبارتند از، ۱. محاسبه وزن هر یک از موانع پیاده سازی تولید مجازی در صنعت خودرو سازی. ۲. اولویت بندی هر یک از موانع پیاده سازی تولید مجازی در صنعت خودرو سازی. ۳. تعیین ارتباط بین هر یک از موانع پیاده سازی تولید مجازی در صنعت خودروسازی. این تحقیق از نظر هدف کاربردی است و از نظر روش انجام کار، پژوهشی توصیفی محسوب می شود. یافته های تحقیق که بر اساس به کارگیری تکنیک های MCDM حاصل شده ، حاکی از آن است که عامل سازمانی اولین مانع پیاده سازی تولید مجازی، از میان موانع شناسایی شده در صنعت خودروسازی داخلی می باشد.

کلمات کلیدی:

تولید، تولید مجازی، شبیه سازی، موانع پیاده سازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1394523>

