

## عنوان مقاله:

شناسایی و اولویت بندی عوامل تاثیرگذار بر توسعه محصول جدید (NPD) در کارخانه تاپرسازی کوپر تایر

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی تحقیقات پیشرفته در مدیریت و علوم انسانی (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

نوید نجفی - موسسه غیرانتفاعی کارون اهواز

زهرا معتمدی - دکتری تخصصی مهندسی صنایع، موسسه غیرانتفاعی کارون اهواز

## خلاصه مقاله:

توسعه محصول جدید (NPD) و اهمیت آن برای شرکتها به عنوان رویکردی نو، هرچند با ریسکهایی همراه است، اما شناخت عوامل کلیدی این رویکرد میتواند در کاهش ریسکهای تصمیم گیری برای مدیران مفید باشد. در این تحقیق با مطالعه و استفاده از اطلاعات صاحب نظران سعی می کنیم عوامل کلیدی و شاخصهای موثر در توسعه محصول جدید را شناسایی کرده و سپس با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) آنها را اولویت بندی نماییم. نتایج این مطالعه نشان میدهند در فرآیند NPD، چهار عامل کلیدی تکنولوژی، بازاریابی، تجاری کردن محصول، و تیم توسعه محصول، به ترتیب، بیشترین تاثیر را دارند. در همین راستا مطالعات و بررسی های دقیقتر نشان میدهند عوامل طراحی تولید و تست با کامپیوتر (به عنوان زیر مجموعه تکنولوژی)، امتیاز محصول توسعه یافته به نوع قدیمی (به عنوان زیر مجموعه بازاریابی)، وجود کارشناسان و مشاوران در تیم (به عنوان زیر مجموعه تیم توسعه محصول)، و تاثیر محصول در حفظ سهم و سودآوری شرکت (به عنوان زیر مجموعه تجاری کردن)، به ترتیب، بیشترین تاثیرات را بر فرآیند NPD دارند.

## کلمات کلیدی:

توسعه محصول جدید (NPD)، عوامل کلیدی موثر در توسعه محصول، فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)، اولویت بندی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1466515>

