

عنوان مقاله:

ارائه مدل بهینه سازی چندهدفه براساس مدل کارت امتیازی متوازن و رویکرد تنوع پذیری برای ارزیابی طرح های توسعه محصول جدید

محل انتشار:

دوفصلنامه مدیریت تولید و عملیات، دوره 14، شماره 1 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

پرستو دیو سالار - گروه مهندسی صنایع، دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی مالک اشتر، شاهین شهر، ایران

مهدی کرباسیان - گروه مهندسی صنایع، دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی مالک اشتر، شاهین شهر، ایران

ام البنین یوسفی - گروه مهندسی صنایع، دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی مالک اشتر، شاهین شهر، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه به علت افزایش و پیچیدگی نیاز مشتریان، محصولات موجود در بازار پاسخگوی نیاز مشتری نیست و موثرترین راه برای کسب موفقیت سازمان ها تمایز از طریق توسعه محصولات جدید و تنوع محصولات است؛ از این رو، انتخاب بهترین طرح برای توسعه محصولات جدید، می تواند از افزایش هزینه های اصلاح محصول و تلاش برای طراحی مجدد جلوگیری کند و زمان عرضه محصولات را به بازار کاهش دهد. لازمه انتخاب طرح بهینه برای توسعه محصولات جدید، ارزیابی جامع و بی طرفانه ای است که بتواند طرح را از نظر کارایی در حال حاضر و در آینده محصول بررسی کند. پژوهش حاضر با هدف ارزیابی طرح های توسعه محصول، مدل بهینه سازی چندهدفه ای را ارائه داده است که طرح های توسعه ای را از دو منظر معیارهای عمومی و تنوع پذیری بررسی می کند. در این تحقیق معیارهای عمومی به کمک مدل کارت امتیازی متوازن شناسایی شده است. این مدل معیارهایی را ارائه داده و متناسب با آن، معیارهای ارزیابی مورد نیاز برای طرح های توسعه محصول شخصی سازی و استخراج شده است. نظر به اینکه یکی از مناظر مهم در ارزیابی طرح های توسعه محصول، ریسک موجود در هر طرح است، معیارهای منظر ریسک نیز به عنوان معیارهای عمومی ارزیابی در نظر گرفته شده است. پس از تعیین معیارهای ارزیابی هر یک از مناظر عمومی و تنوع پذیری، معیارها اعتبار سنجی شده و در ادامه به کمک روش های موجود کمی شده اند؛ پس از آن، مقادیر معیارهای شناسایی شده در مدل بهینه سازی چندهدفه به کار گرفته و با حل مدل، طرح توسعه ای بهینه انتخاب می شود. توابع هدف این مدل بهینه سازی شامل حداقل کردن ریسک، حداکثر کردن درآمد، حداکثر کردن اثربخشی توانایی استراتژیکی سازمان و حداقل کردن تلاش برای طراحی مجدد طرح های توسعه ای است.

کلمات کلیدی:

توسعه محصول جدید، بهینه سازی چندهدفه، رویکرد تنوع پذیری، مدل کارت امتیازی متوازن

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1679792>

