

## عنوان مقاله:

مدلسازی مارکوفی فرآیند نوآوری محصول و ارائه روشی جهت پایش ایده ها

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی و ششمین کنفرانس ملی مدیریت فناوری (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

علی محمدی - دانشیار دانشگاه شیراز

احسان جوانمردی - دانشجوی دکتری مدیریت سیستمها

## خلاصه مقاله:

امروزه فعالیت های اقتصادی اعم از خدماتی یا تولیدی در محیطی سراسر پویا و نامطمئن رخ میدهند و نوآوری عاملی بسیار تعیین کننده در کسب و کار مورد توجه اکثر مجامع تولیدی و خدماتی و همچنین دولت ها به عنوان یک استراتژی مهم جهت رونق اقتصادی است هدف این پژوهش مدلسازی مراحل تولید یک محصول جدید توسط آنالیزهای مارکوفی به شکلی است که بتوان به این پرسش پاسخ گفت که با چه احتمالی یک ایده به یک محصول موفق منتهی میگردد و در فاز دوم هدف ایجاد ابزاری جهت ارزیابی ایده های محصول جدید و پایش آنها است در این خصوص از استفاده از داده های منتشر شده در انجمن مدیریت و توسعه محصول آمریکا در سال 2005 فرایند نوآوری به مرحله خلق ایده پایش ایده آنالیزهای اقتصادی توسعه آزمایش و تجاری سازی تقسیم شده و احتمال موفقیت یا شکست پروژه نوآوری در هر مرحله با کمک ماتریس گذار و فرایندهای مارکوف مدلسازی شده است و سپس به ارائه راه حلی جهت مقایسه ایده ها پرداخته شده است

## کلمات کلیدی:

محصول جدید، فرآیند مارکوف، آنالیز مارکوفی، پایش ایده ها

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/185342>

