

## عنوان مقاله:

بکارگیری تئوری TRIZ بمنظور شناسایی فاکتورهای کلیدی و استراتژی های انتخاب وارد کنندگان و صادرکنندگان در صنایع (مطالعه موردی: صنایع خودرو سازی ایران)

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی مهندسی و مدیریت نوآوری خلاقیت شناسی سازمانی صنعتی، تریز (TRIZ)، بیونیک و مهندسی نوآوری (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسندگان:

سید محسن اقبالی - کارشناس ارشد مدیریت تکنولوژی، دانشگاه علم و صنعت ایران

محمد مهدوی مزده - دکترای مهندسی صنایع، هیات علمی دانشکده صنایع دانشگاه علم و صنعت

## خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش در درجه اول تعیین فاکتورهای کلیدی فرایندهای تصمیم گیری خرید توسط وارد کنندگان خارجی و صادرکنندگان داخلی مربوط به صنایع خودروسازی در کشور ایران و در درجه دوم تبدیل این فاکتورهای کلیدی به مسائل بحرانی و فرموله کردن استراتژی‌هایی به منظور حل آنها می باشد در این پژوهش ابتدا با استفاده از تئوری تحلیل گری به شناسایی فاکتورهای کلیدی پرداخته و 24 فاکتور شناسایی شده با این روش را تبدیل به 22 مساله بحرانی کرده سپس ویژگیهای مورد نیاز برای بهبود هر یک از مسائل بحرانی و اینکه چه ویژگیهایی برای حل این مسائل بهتر و چه ویژگیهایی بدتر می باشند جستجو شده است سپس با استفاده از ماتریس تناقضات TRIZ به تعیین اصول خلاقانه ای که در فرموله کردن استراتژیهای بهبود در صنایع خودروسازی ایران قابل کاربرد هستند پرداخته شده است روش تحقیق در این پژوهش توصیفی و جمع آوری اطلاعات به 2 صورت کتابخانه ای و اسنادی و پرسشنامه ای و میدانی بوده است بدهی می باشد که بدلیل گستردگی و پیچیدگی موضوع امکان ورود به عمق و تحلیل جامع موضوع وجود نداشته است در این پژوهش ابتدا با مراجعه به اسناد و مراجع کتابخانه ای و اینترنتی و با استفاده از کلید واژه هایی که در سرتاسر این پژوهش تکرار شده اند به جستجوی مجلات و مقالات مرتبط با این پژوهش پرداخته ایم و سپس فاکتورهای کلیدی ذکر شده برخی از اصول را از این مراجع استخراج کرده و به تجزیه و تحلیل آنها پرداخته ایم

## کلمات کلیدی:

ایران، صنعت خودروسازی، فاکتورهای کلیدی، وارد کنندگان، صادرکنندگان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/188400>

