

## عنوان مقاله:

ارائه چارچوبی مفهومی برای انتخاب ایده های محصول جدید و نوآورانه

## محل انتشار:

فصلنامه تخصصی رشد فناوری، دوره 9، شماره 34 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

یاسر قاسمی نژاد - دانشجوی دکتری مدیریت سیستم دانشگاه امام حسین (ع)

فرهاد شاه میری - کارشناس ارشد مدیریت تکنولوژی دانشگاه علامه طباطبائی مدرس دانشگاه علمی کاربردی جهاد دانشگاهی شیراز

## خلاصه مقاله:

در زندگی امروزی، شرایط عدم اطمینان بر کل صنایع حاکم است. تغییرات قیمت کالاهای اساسی، تغییر نرخ ارز و نیز تغییر قیمت سهام و به طور کلی تغییرات اقتصادی موجود در سراسر دنیا از جمله مواردی هستند که سازمانهای امروزی دائماً با آن روبه رو هستند. یکی از وظایف سازمان ها این است که با نوآوری در محصولات، این مخاطره ها را به حداقل برسانند. بهره برداری از فرصتهای محصول جدید و نوآورانه نیازمند تولید، توسعه و انتخاب بهترین ایده ها برای محصولات جدید است. مراحل اساسی این فرایند شامل درک نیاز به محصولات جدید، کشف منابع موجود و بالقوه ایده ها، و نهایتاً ارزیابی ایده ها است. این مراحل خود شامل تأمل بر اهداف و اولویت ها، بررسی راهبردها، ارزیابی ایده های محصول جدید و انتخاب بهترین کاندیداها (ایده های محصول جدید) برای توسعه بیشتر می باشد. در این مقاله یک چارچوب مفهومی برای انتخاب بهترین ایده های محصولات نوآورانه ارائه شده است. این مدل بیانگر چارچوبی است که بر مبنای درک نیازهای مشتریان، تعیین نیازمندی های بخش بازار حیاتی و مشخصات مشتریان مورد نظر، ارزیابی سهامداران و تحلیل اهداف و راهبرد آنها، مدیریت شبکه های تأمین، تحلیل رقابتی، تحلیل زیرساخت و اولویت بندی ایده های محصولات جدید و نوآورانه بنا نهاده شده است.

## کلمات کلیدی:

محصول جدید، ایده ها، محصول نوآورانه، ارزیابی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/296897>

