

## عنوان مقاله:

تعیین و ارزشیابی عوامل توانمندیهای نوآوری با رویکرد توسعه محصول جدید NPD مطالعه موردی گروه بهمن

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

حمید نوید - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، گروه مدیریت صنعتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی کرج، ایران

رضا رادفر - دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی گروه مدیریت صنعتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی تهران، ایران

حسین ملهم - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی گروه فیزیک، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی کرج، ایران

## خلاصه مقاله:

امروزه نوآوری در طرحها، فرآیندها و محصولات و خدمات با توجه به تغییر نیازها و خواستههای مشتریان، تحول سریع تکنولوژی، افزایش رقابت در بازار از جایگاه پر اهمیت و خاصی برخوردار شده است. در واقع، مشتریان در جستجوی محصولات جدیدتر، پیشرفتهتر و منطبق بر نیازهای خود هستند و شرکتها نیز ناچارند محصولاتی را ارائه دهند که پاسخگوی نیاز و انتظارات مشتریان باشد، زیرا در غیر این صورت، رقباگویی سبقت را از آنان خواهند ربود. بر همین اساس تکیه بر روشهای سنتی همانند افزایش کیفیت، کاهش هزینه ها و تمایز در محصولات و خدمات کافی نیست و سازمانها می بایست به نوآوری و تعیین عوامل مرتبط با آن توجه ویژه نمایند. در صنایع خودروسازی نیز این موضوع از اهمیت بالایی برخوردار است لذا در این مقاله سعی داریم ضمن توجه به مفهوم نوآوری و توسعه محصول جدید نسبت به تعیین و ارزشیابی توانمندیهای نوآوری با رویکرد توسعه محصول جدید NPD در شرکت گروه بهمن اقدام نموده و وضعیت این شرکت را در هریک از عوامل بررسی و بیان نماییم

## کلمات کلیدی:

نوآوری، توسعه محصولات جدید، تکنولوژی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/439838>

