

عنوان مقاله:

طراحی مدل شبکه ای برای ارزیابی محصولات شرکت صنعتی پارس خزر

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع، مدیریت و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

عدل آذر - استاد دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

مرجان نهبانندی نژاد - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع موسسه آموزش عالی راهبرد شمال، رشت، ایران

مهرعلی همتی نژاد - دانشیار دانشگاه گیلان، رشت، ایران

خلاصه مقاله:

محصولات/خدمات سازمان وسیله هایی هستند که سازمان را به سمت تحقق مأموریتش و دستیابی به چشم اندازش پیش می برند. کسب مزیت رقابتی پایدار مستلزم برنامه ریزی آگاهانه در مورد محصولات/خدمات و مشتریان آتی سازمان است. ارزیابی محصولات به عنوان یک ابزار یا چارچوب فکری برای درک و شناسایی وضعیت محصول با توجه به اهداف و محدودیت های سازمان از اهمیت ویژه ای برخوردار است. تحقیق حاضر به دنبال آن بود تا با ارائه مدلی براساس فرآیند تحلیل شبکه ای به عنوان یکی از روش های بسیار کارآمد تئوری تصمیم گیری به شناسایی و اولویت بندی معیارهای ارزیابی محصولات شرکت صنعتی پارس خزر و سپس ارزیابی محصولات شرکت براساس معیارهای موردنظر پردازد. در این تحقیق ابتدا با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و مشاوره با مدیران و صاحبان نظران شرکت صنعتی پارس خزر عواملی چون ارزش مشتریان، انعطاف پذیری، بازار، تکنولوژی، زیبایی، قیمت فروش، میزان فروش و کیفیت به عنوان عوامل مؤثر بر ارزیابی محصولات شناسایی گردید و سپس با توجه به تأثیر عوامل شناسایی شده بر هم و تأثیر این عوامل بر ارزیابی محصولات با بکارگیری فرآیند تحلیل شبکه ای این اقدام به تعیین درجه اهمیت هر یک از معیارها و اولویت بندی محصولات شرکت صنعتی پارس خزر گردید.

کلمات کلیدی:

ارزیابی محصولات، عوامل کلیدی مؤثر در ارزیابی محصولات، تصمیم گیری چند معیاره، فرآیند تحلیل شبکه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/502513>

