

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل کلیدی موفقیت توسعه محصول جدید ناب در صنایع خودروسازی ایران با استفاده از روش تحلیل به مولفه های اصلی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت صنعتی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

رکسانا فکری - عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور ایران

آزادهبرزگر مارنانی - دانشجوی ، دانشگاه پیام نور

رقیه یونسی - دانشگاه پیام نور

رامین صادقیان - عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور ایران ؛

خلاصه مقاله:

توانمندی در توسعه محصول جدید در زمره قابلیت های مزیت آفرین و نقطه کانونی رقابت پذیری اکثر صنایع است. از سوی دیگر، تفکر ناب پویا، دانش محور و فرآیندی متمرکز بر مشتری است. همه آن چیزی که بر روی محصول انجام می شود و ارزش افزوده نمی کند به عنوان ضایعه در نظر گرفته می شود و باید از فرآیند حذف گردد. با توجه به مهم بودن حذف ضایعات از فرآیند تولید، ما در این مقاله ضایعات تولید ناب را در فرآیند توسعه محصول جدید مورد بررسی قرار می دهیم. ابتدا در بررسی ادبیات موضوع 36 شاخص در فرآیند توسعه محصول جدید ناب را در جدولی آورده و سپس از روش تحلیل به مولفه های اصلی برای دسته بندی پرسش های مربوط به عوامل کلیدی موفقیت توسعه محصول جدید ناب استفاده شد که با توجه به چرخش های مختلف که انجام دادیم، جداول و نتایج حاکی از 17 گویه باقی مانده از کلیه عوامل و دسته بندی این عوامل در 6 دسته اصلی می باشد.

کلمات کلیدی:

توسعه محصول جدید، تولید ناب، ضایعات، توسعه محصول جدید ناب، روش تحلیل مولفه های اصلی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/633342>

