

عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه بندی عوامل کلیدی موثر در توسعه محصول جدید در گروه خودرو سازی سایپا با رویکرد AHP

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت صنعتی، دوره 8، شماره 20 (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 27

نویسندگان:

علیرضا ممقانی - عضو باشگاه پژوهشگران جوان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، ایران

سهیل سرمدسعیدی - استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، ایران

محمد رضا کاباران زاد قدیم - استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، ایران

خلاصه مقاله:

توسعه محصول جدید (NPD)، به عنوان رویکردی نو، مطرح است شناخت عوامل کلیدی این رویکرد، می تواند در کاهش ریسک های تصمیم گیری برای مدیران مفید باشد. در این تحقیق سعی شده با مطالعات کتابخانه ای و مشاوره با اساتید دانشگاهی، مدیران و صاحب نظران در بخشهای مرتبط با توسعه محصول در گروه خودروسازی سایپا، تا حد امکان عوامل کلیدی و شاخص های آن شناسایی و رتبه بندی شوند. سپس با رویکرد آزمون مقایسات سلسله مراتبی زوجی (AHP)، از 23 مدیر و صاحب نظر در قسمت های مربوط 21 پرسشنامه قابل اتکا جمع آوری شد. بعد از آزمایش نسبت سازگاری، نظرات ادغام شدند. اهمیت عامل ها و شاخص ها با مقایسات زوجی به ترتیب شامل؛ عامل بازاریابی با شاخص وجود امتیازات ویژه در محصول، مدیریت تیم توسعه محصول با شاخص وجود انگیزه کاری، عامل فن آوری با شاخص انتخاب فن آوری منطبق با محصول جدید و عامل تجاری کردن با شاخص انعطاف پذیری و توجه به نیاز مشتری به عنوان عوامل مهم در فرایند NPD شناخته شده و بالاترین اهمیت را داشته اند

کلمات کلیدی:

توسعه محصول جدید، عوامل کلیدی در توسعه محصول، NPD AHP

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/720678>

