

# السلامة في العمل

شناسایی و اولویت بندی کابردی و چالش‌های اساسی

موفقیت توسعه محصول جدید به جهت کمک به شرکت‌ها برای پیش‌تاز شدن

مؤلف:

روح الله ظاهری عبده‌وند



شرکت مشاوره تخصصی مدیریت و بازرگانی  
سانجش و دانش

|                     |                                                                                                                                             |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه             | : ظاهرى عبدهوند، روح الله، ۱۳۶۵-                                                                                                            |
| عنوان و نام پدیدآور | : شناسایی و اولویت‌بندی کلیدی و چالش‌های اساسی موفقیت توسعه محصول جدید به جهت کمک به شرکت‌ها برای پیش‌تاز شدن/ مولف روح‌الله ظاهرى عبدهوند. |
| مشخصات نشر          | : تهران: سنجش و دانش، ۱۳۹۹.                                                                                                                 |
| مشخصات ظاهری        | : ۱۴۴ ص.                                                                                                                                    |
| شابک                | : 978-622-051070-3                                                                                                                          |
| وضعیت فهرست نویسی   | : فیبا                                                                                                                                      |
| یادداشت             | : کتابنامه.                                                                                                                                 |
| موضوع               | : شرکت صنایع پلاستیک خوزستان -- نمونه‌پژوهی                                                                                                 |
| موضوع               | : فراورده‌های جدید -- ایران -- نمونه‌پژوهی                                                                                                  |
| موضوع               | : New products -- Iran -- Case studies                                                                                                      |
| موضوع               | : فراورده‌های جدید -- ایران -- مدیریت -- نمونه‌پژوهی                                                                                        |
| موضوع               | : New products -- Iran -- Management -- Case studies                                                                                        |
| موضوع               | : نوآوری -- ایران -- نمونه‌پژوهی                                                                                                            |
| موضوع               | : Technological innovations -- Iran -- Case studies                                                                                         |
| موضوع               | : موفقیت کسب و کار -- ایران -- نمونه‌پژوهی                                                                                                  |
| موضوع               | : Success in business -- Iran -- Case studies                                                                                               |
| رده بندی کنگره      | : ۶۵۸/۵۷۵                                                                                                                                   |
| رده بندی دیویی      | : ۶۱۸۰۵۱۹                                                                                                                                   |
| شماره کتابشناسی ملی |                                                                                                                                             |

عنوان: شناسایی و اولویت‌بندی کلیدی و چالش‌های اساسی

موفقیت توسعه محصول جدید به جهت کمک به شرکت‌ها برای پیش‌تاز شدن

مولف: روح الله ظاهرى عبدهوند

ناشر: سنجش و دانش

نوبت چاپ: اول-۱۳۹۹

www.sanjesh.ir

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

sanjeshodanesh@iran.ir

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۰۵-۱۰۷۰-۳

قیمت: ۳۵۰۰۰۰ ریال

نشانی: میدان انقلاب. خیابان انقلاب. خیابان دانشگاه. پلاک ۱۲۶.

تلفن: ۰۲۱۶۱۲۶۰

«کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ می باشد»»



9 798220 510703

## فهرست مطالب

|     |                                                                                                            |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۵   | فصل اول:                                                                                                   |
| ۵   | کلیات                                                                                                      |
| ۶   | مقدمه                                                                                                      |
| ۶   | بیان موضوع                                                                                                 |
| ۸   | اهمیت و ضرورت موضوع                                                                                        |
| ۹   | اهداف بررسی موضوع                                                                                          |
| ۱۰  | قلمرو بررسی موضوع                                                                                          |
| ۱۱  | فصل دوم                                                                                                    |
| ۱۱  | مروری بر مفاهیم و ادبیات موضوع                                                                             |
| ۱۲  | توسعه محصر                                                                                                 |
| ۳۳  | تصمیمگیری با معیارهای مختلف                                                                                |
| ۶۴  | فصل سوم                                                                                                    |
| ۶۴  | روش                                                                                                        |
| ۶۵  | مقدمه                                                                                                      |
| ۶۵  | روش و طرح                                                                                                  |
| ۶۵  | جامعه مورد بررسی                                                                                           |
| ۶۶  | نمونه و روش نمونهگیری                                                                                      |
| ۶۷  | سوالات                                                                                                     |
| ۶۷  | مدل                                                                                                        |
| ۷۲  | روش گردآوری اطلاعات                                                                                        |
| ۷۲  | ابزار جمعآوری اطلاعات                                                                                      |
| ۷۲  | روش سنجش روایی و پایایی ابزار جمع آوری دادهها                                                              |
| ۷۴  | روش تجزیه و تحلیل اطلاعات                                                                                  |
| ۷۵  | فصل چهارم                                                                                                  |
| ۷۵  | پیاده سازی الگوریتم پژوهش و ارائه نتایج                                                                    |
| ۷۶  | مقدمه                                                                                                      |
| ۷۶  | شناسایی عوامل موفقیت توسعه محصول جدید                                                                      |
| ۷۸  | طراحی مدل مفهومی عوامل موثر بر موفقیت توسعه محصول جدید                                                     |
| ۸۷  | اولویت بندی اهمیت عوامل موثر بر موفقیت توسعه محصول جدید با استفاده از رویکرد تلفیقی -DEMATEL و ANP و VIKOR |
| ۱۰۸ | شناسایی چالشهای اساسی موفقیت توسعه محصول جدید                                                              |
| ۱۰۹ | اولویت بندی چالشهای اساسی موفقیت توسعه محصول جدید                                                          |
| ۱۱۹ | فصل پنجم                                                                                                   |
| ۱۱۹ | سخن آخر                                                                                                    |
| ۱۲۳ | فهرست منابع                                                                                                |

## چکیده

در بسیاری از صنایع، توسعه محصول موفقیت‌آمیز و تجاری‌سازی محصولات جدید به‌عنوان مشخصه اصلی مزیت‌های رقابتی پایدار در کسب و کارها بیان می‌شود. همچنین توسعه و رشد شرکت‌ها به توانایی آن‌ها در معرفی محصولات جدید در طول دوره‌های متفاوت اقتصادی وابسته است. مقوله موفقیت در ارایه محصولات جدید به بازارهای هدف، موضوعی حایز اهمیت برای مدیران و مالکان این کسب و کارها است. با مدنظر قراردادن شرایط رقابتی که بنگاه‌های اقتصادی را احاطه کرده است و توسعه محصولات جدید تنها راه بقاء سودآوری برای آنان محسوب می‌شود، یافتن پاسخی برای این سؤال که عملکرد یک شرکت در زمینه توسعه محصول جدید چگونه است، ذهن مدیران شرکت‌ها را به خود مشغول کرده است. لذا در پژوهش حاضر به شناسایی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی و چالش‌های اساسی موفقیت توسعه محصول جدید با استفاده از الگوریتمی کارا و جدید بر روی روش‌های MCDM و دلفی فازی پرداخته می‌شود. پس از انجام پژوهش حاضر مشخص شد که سه عامل کلیدی موثر بر موفقیت توسعه محصول جدید از اهمیت نسبی برخوردارند و هیچکدام یک از آنها بی‌تأثیر نیستند و سه عامل کلیدی موثر بر موفقیت توسعه محصول جدید به ترتیب به شرح بازاریابی، مدیریت و عوامل تجاری می‌باشد. همچنین ده چالش اساسی با اولویت بالای موجود بر سر راه شرکت‌ها برای توسعه محصول جدید و پیوستن به صف شرکت‌های پیشتاز در زمینه‌های عدم تخصیص مناسب منابع و فرهنگ سازمانی می‌باشد. لذا شرکت‌ها با افزایش فرهنگ سازمانی و تخصیص مناسب منابع می‌توانند در زمینه توسعه محصول جدید موفق گردند و به صف شرکت‌های پیشتاز بپیوندند.