

مدلسازی تخصیص بهینه فضاهای اختصاصی واحدهای مسکونی در ساختمان های بلندمرتبه

علی مالکی^۱، ساناز شریفی قزوینی^۲

^۱ کارشناس برنامه ریزی و کنترل پروژه، شرکت ایستاپیرامید؛ ali.maleki66@gmail.com

^۲ کارشناس برنامه ریزی منابع سازمانی، شرکت بهکو؛ snz.sharifi@gmail.com

چکیده

هدف اساسی برنامه ریزی، تقلیل میزان خطاهای حاصل از تصمیم گیری های مبتنی بر نظرات شخصی و در نتیجه بهبود فرآیندها و افزایش رضایت مندی مشتریان است. در پروژه های ساختمانی، با توجه به اهمیت مشتریان به عنوان ذی نفعان و سرمایه گذاران اصلی از یک سو و لزوم سودآوری شرکتهای ساختمانی در یک بازه زمانی محدود، مشتری مداری اهمیت به سزایی پیدا میکند. یکی از مشکلاتی که شرکتهای ساختمانی بلندمرتبه ساز در دوره بهره برداری با آن مواجه میشوند، نارضایتی مشتریان از فضاهای اختصاصی شخصی ص یافته به آپارتمان های آنها، از جمله فاصله زیاد موجود بین پارکینگ و انباری های تخصیص یافته ست. این مشکل از آنجا نشات میگیرد که در بسیاری از شرکتهای، تخصیص در حال حاضر به روش سنتی و مبتنی بر تجربیات و استدلال ذهنی نیروی انسانی می باشد و استفاده از آن سبب ایجاد نارضایتی میشود و قابلیت تعمیم پذیری و انطباق با دلایل ریاضی را ندارد.^[۱] در این مقاله به منظور حل این مشکل، یک مدل ریاضی ارائه شده است که قابلیت بهبود تصمیم گیری های فردی و تخصیص بهینه فضاهای اختصاصی را فراهم می آورد.

کلمات کلیدی

بهینه سازی، تخصیص، مشتری مداری، تصمیم گیری

A modeling for optimize the act of any specific spaces allocated for every houses in tower construction

Ali Maleki^۱, Sanaz Sharifi Ghazvini^۲

^۱ Project Planning and control expert, Ista pyramid, ali.maleki66@yahoo.com

^۲ Expert of implementation and support in ERP systems, snz.sharifi@gmail.com

ABSTRACT

The major aim for programming is to decreasing the error ratio that is led from bad decisions which is related to personal ideas. also it increases the results according to companies aim. And finally it deliberates the pleasure of customers. One of the main problems that occure in tower construction companies, during operation period is customers displeasure of allocated space of parking and stores. This problem happends, when the spaces allocated throught ideas, traditionally and personaly. In this paper, we submit a model for the improvement personal decisions and optimize the act of any specific spaces allocated for every houses.

KEYWORDS

Optimization, Allocate, Customer support, Decision.

^۱ علی مالکی - تهران، شهرری، انتهای خیابان ۲۴ متری، کوچه ابوذر یکم، کوچه مهرگان، مجتمع بهاران، بلوک ۳، ورودی ۳، واحد ۵۰۱ - تلفن: ۰۹۱۹۲۲۴۰۶۳۲