

اولویت بندی خلق مدیریت دانش با چارچوب نظریه نانوکا و تاکوچی براساس عوامل کلیدی موفقیت توسعه محصولات جدید با استفاده از روش تصمیم گیری چند معیاره (مورد مطالعه واحد تحقیق و توسعه شرکت فولاد مبارکه اصفهان)

آرزو حسین زاده^۱، آرش شاهین^۲

۱. دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، موسسه آموزش عالی راغب اصفهانی، arezoo_hosainzadeh@yahoo.com

۲. استاد گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، shahin@ase.ui.ac.ir

چکیده

توسعه محصول جدید یکی از موضوعاتی است که امروزه توجه بسیاری از پژوهشگران، مشاوران و مدیران را به خود جلب کرده است. مطالعه حاضر با هدف اولویت بندی خلق مدیریت دانش با چارچوب نظریه نانوکا و تاکوچی براساس عوامل کلیدی موفقیت توسعه محصولات جدید با استفاده از روش تصمیم گیری چند معیاره انجام گرفته است. این مطالعه از نوع کاربردی و پیمایشی است که در شش ماه اول سال ۱۳۹۵ انجام گرفت. در ابتدا از روش کتابخانه‌ای برای درک بهتر موضوع استفاده شد. همچنین با توجه به متدلوژی گسترش کارکرد کیفیت از پرسشنامه جهت دستیابی به نظرات خبرگان و از روش تحلیل سلسله مراتبی برای اولویت بندی نظرات در تکمیل جدول خانه کیفیت استفاده شد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران و کارکنان تیم توسعه محصول جدید مجتمع فولاد مبارکه اصفهان (۱۰۰ نفر) بود، که اطلاعات لازم به صورت سرشماری و توسط دو پرسشنامه اجزای خلق دانش و عوامل کلیدی موفقیت توسعه محصول جمع اوری شد. همچنین به منظور جمع اوری اطلاعات پرسشنامه مقیاسات زوجی، عوامل ۹ گانه کلیدی موفقیت توسعه محصول از نظرات ۲۵ نفر از مدیران خط تولید محصول جدید که بصورت نمونه گیری هدفمند غیر تصادفی انتخاب شده بودند، استفاده شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزارهای SPSS21 و Expert Choice11 استفاده گردید. نتایج حاکی از آن بود که اولویت بندی پنج مولفه اولیه عوامل کلیدی موفقیت توسعه محصول جدید به ترتیب عبارتست از: روانه سازی به موقع محصول به بازار، استفاده از فناوری اطلاعات، جذابیت محصول در بازار، خدمات پس از فروش، شناسایی بازار و بویایی های آن.

واژه‌های کلیدی: خلق مدیریت دانش، نظریه نانوکا و تاکوچی، عوامل کلیدی موفقیت، توسعه محصولات جدید، روش تصمیم گیری چند معیاره.

۱- مقدمه

هر مرحله ای از فعالیت های یک سازمان متأثر از عصری می باشد که اقتصاد در آن بسر می برد. در اقتصاد کشاورزی، زمین، در اقتصاد صنعتی ماشین الات و در اقتصاد فن آوری اطلاعات، دانش به عنوان مزیت رقابتی بنگاه های اقتصادی مطرح می باشد به گونه ای که عامل حیات و برتری سازمان ها در عصر کنونی توانمندی استقرار و بکارگیری نظام های دانشی به عنوان سرمایه اصلی سازمان ها می باشد [۱] به گونه ای که دانش به عنوان تنها منبع استراتژیک مزیت رقابتی شناخته می شود [۲]. از این رو، کسب و کارهایی که بتوانند دانش موجود در سازمان را به شکلی مناسب در فرایندها، محصولات و خدمات به کار ببندند، نسبت به رقبا برتری نسبی خواهند داشت. اهمیت نقش دانش و مدیریت آن در سازمان های امروزی به حدی است که کشورها براساس توانایی شان در تولید و کاربرد دانش طبقه بندی می شوند [۳].