

عنوان مقاله:

ارائه یک مدل MADM برای انتخاب محصول با استفاده از ابزار QFD

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1384)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

سید حسام الدین ذگردی - عضو هیئت علمی دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه تربیت مدرس

محسن فلاح زاده - کارشناس ارشد مهندسی صنایع

خلاصه مقاله:

سنت کپی سازی محصولات خارجی بدون توجه به لزوم تطبیق آنها با خصوصیات و نیازهای مصرف کننده ایرانی، وی را ناچار به قناعت به استفاده از محصولاتی با کیفیت پایین می سازد و باعث تقویت تقویت واردات و عدم ایجاد رقابت واقعی در بین تولیدکنندگان داخلی می شود. از آنجا که کیفیت یعنی رضایت مندی مشتری و نهایتاً توسط وی ارزیابی می شود، در این مقاله با بکارگیری ابزار QFD (که به شناسایی مشتریان، نیازمندی های آنها و چگونگی دستیابی به این نیازمندیها می پردازد) و به کمک یک مدل برنامه ریزی آرمانی به چگونگی تعیین معیارهای لازم در انتخاب محصول مطابق با نیازهای مصرف کننده ایرانی پرداخته شده است.

کلمات کلیدی:

QFD، خانه کیفیت، انتخاب محصول، برنامه ریزی آرمانی، MADM

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/65847>

