

ارائه‌ی مدلی به منظور انتخاب مناسب‌ترین روش اکتساب تکنولوژی در یک شرکت تولیدکننده‌ی رادیاتور خودرو

علی بهرامی^۱، داود فدائی^۲، محسن اکبرپور شیرازی^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع - دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک تهران)، bahramirad68@aut.ac.ir

^۲ عضو هیئت علمی دانشکده‌ی مهندسی صنایع و سیستم‌های مدیریت - دانشگاه صنعتی امیرکبیر، fadaid@aut.ac.ir

^۳ عضو هیئت علمی دانشکده‌ی مهندسی صنایع و سیستم‌های مدیریت - دانشگاه صنعتی امیرکبیر، akbarpour@aut.ac.ir

چکیده

در حال حاضر سرعت تغییرات تکنولوژیکی در صنایع مختلف، به طور چشمگیری افزایش یافته و رقابت نوین، به جای تاکید بر کیفیت محصولات، آن را در واقع از ملزومات بقای سازمان‌ها دانسته و بیش‌تر از گذشته، بر زمان متمرکز شده است. شرکت‌ها باید بکوشند که از لحاظ زمانی از رقبای خود که دائما در حال به‌روزرسانی تکنولوژی‌ها و فرآیندهای و محصولی هستند عقب‌تر نمانند. بدین منظور آن‌ها مجبورند که برای جبران این فاصله‌ی زمانی، دست به دامان انواع روش‌های اکتساب تکنولوژی شوند. در واقع بدون داشتن برنامه‌ای در جهت مدیریت استراتژیک تکنولوژی نمی‌توان مدعی به رقابت در زمینه‌های تکنولوژیکی شد. تحقیق حاضر ابتدا با ارائه‌ی مدلی به معرفی اجزای تشکیل‌دهنده‌ی مدیریت استراتژیک تکنولوژی پرداخته، سپس به جایگاه اکتساب در آن اشاره می‌کند؛ پس از معرفی روش‌های دستیابی به تکنولوژی، با استفاده از تصمیم‌گیری چندمعیاره‌ی ویکور مدلی برای اولویت‌بندی این روش‌ها ارائه کرده و در نهایت کاربرد این مدل را در یک شرکت تولیدکننده‌ی رادیاتور خودرو نمایش می‌دهد.

کلمات کلیدی

اکتساب تکنولوژی، تصمیم‌گیری چندمعیاره، ویکور

Presentation a Model to Select the Most Appropriate Method for Technology Acquisition in a Manufacturer of Automobile Radiators

Ali Bahrami, Dawud Fadai, Mohsen Akbarpour Shirazi

Department of Industrial Engineering, Amirkabir University of Technology, Tehran, Iran

ABSTRACT

Recently, the pace of technological changes in various industries has increased considerably and modern competition, instead of emphasis on product quality, consider it as organization's survival essentials and focus on time. Companies should try not to fall behind their competitors that are constantly updating process and products technologies. For this purpose, to compensate for this time gap, they have to resort to various methods of technology acquisition. Without any plans for the strategic technology management cannot claim to compete in the technological fields. In this paper first, a model is proposed to introduce components of the strategic management of technology. Then, status of acquisition is explained. After introducing the methods of technology acquisition, by using VIKOR multi-criteria decision making, a model is presented to prioritize these methods. In the end, the application of this model in a manufacturer of automobile radiators is described.

KEYWORDS

Technology Acquisition, Multi-Criteria Decision Making, VIKOR.

ⁱ علی بهرامی، تهران، خ انقلاب خ پور موسی، پ ۳۱، کد پستی ۱۵۹۹۶۳۱۳۶۷، ت ۰۹۱۸۷۱۲۴۸۲۴، bahramirad68@yahoo.com