



# کنگره بین المللی علوم و مهندسی

آلمان - هامبورگ

اسفند ماه ۱۳۹۶

## روشهای انتخاب مولفه های کارآمد جهت تعیین منابع اعتماد مصرف

### کنندگان و مدیریت عرضه و تقاضا

عباس شکیبا<sup>۱\*</sup>

۱- دانشجوی دکتری مهندسی صنایع، گرایش اتوماسیون [Abbasshakiba1357@gmail.com](mailto:Abbasshakiba1357@gmail.com)

#### چکیده

روش گزینش مهمترین مولفه انتخاب کننده شبکه و ایجاد کننده منبع جدید است. چرا که در بوجود آوردن محصولی با ارزش و قابل سرمایه گذاری که منجر به جلب اعتماد مصرف کنندگان گردد نتیجه قابل توجهی را به دنبال دارد. یک مولفه بوجود آورنده مطلوب به راهکارهای پیشنهادی خوب و موثر منتهی میشود تا به ما توانایی بوجود آوردن یک بالانس مابین مصرف و تولید ایجاد نماید. لذا تمامیت ارگانهای عرضه کننده با اتخاذ چندین مولفه جهت بهره گیری از یک نقطه تولید برخوردارند. در تحقیق ما با استفاده از راهکارهای متعدد جهت ارزیابی و نیازسنجی مصرف کنندگان و شناسایی آنها راهکارهای قابل توجهی برای بالابردن کیفیتمان معرفی خواهیم کرد.

**واژه های کلیدی:** اتخاذ، راهکارهای متعدد، مولفه

#### ۱- مقدمه

در این تحقیق به منظور پیاده سازی و اجرای موفق و کارآمد فرایند مدیریت ریسک، طراحی ساختار شکست ریسک (RBS)، تعریف معیارها و شاخص های مختلف اندازه گیری ریسک و نهایتاً به کارگیری یکی از روش های تصمیم گیری چند شاخصه انجام می پذیرد. ساختار شکست ریسک یک ساختار سلسله مراتبی از ریسک های پروژه است و می تواند برای سازماندهی و هدایت فرایند مدیریت ریسک به کار گرفته شود [۴]. با توجه به تنوع و تعداد زیاد ریسک هایی که زنجیره تامین را تحت تأثیر قرار می دهند عملاً مدیریت ریسک کارآمد و موثر بدون شناسایی و تهیه ساختار شکست ریسک امکان پذیر نیست. به همین دلیل در سال های اخیر روش RBS به عنوان ابزار مؤثری برای شناسایی هدف دار و طبقه بندی شده ریسک مورد توجه قرار گرفته است. در تحقیقات متعددی به بحث مدیریت و ارزیابی ریسک به طور عام و در زنجیره تامین به طور خاص پرداخته شده است.

یکی از فعالیت های مقدماتی یک مدل زنجیره ارزش تهیه خدمت برای مشتری به وسیله افزایش ارزش در شبکه زنجیره آن می باشد. به علاوه، هدف هر سازمانی افزایش ایجاد ارزش در حین کاهش هزینه هاست؛ بنابراین، انتخاب تامین کننده یک مساله کلیدی و حیاتی در زنجیره ارزش هر سازمانی می باشد [۱]. فرایند انتخاب تامین کننده با اهمیت ترین متغیر در مدیریت موثر شبکه زنجیره تامین مدرن است چرا که در دستیابی به محصولات با کیفیت بالا و رضایت مشتری کمک شایانی می کند [۲]. یک انتخاب تامین کننده موثر به مدل های تجزیه و تحلیلی توانمند و ابزارهای پشتیبانی تصمیم گیری برای توانایی ایجاد توازن بین معیارهای چندگانه ذهنی و عینی نیازمند است [۳]. در یک مرور جامع توسط وبر و همکارانش مشخص گردید که اکثر سازمان ها با بیش از یک معیار برای انتخاب تامین کننده خود مواجه می باشند [۴]. بنابراین تصمیم گیری برای انتخاب تامین کننده به طور ذاتی یک مساله چند معیاره و یک تصمیم با اهمیت استراتژیک برای سازمان است [۵].

مدل AHP (Analytic Hierarchy Process) یک رویه پشتیبانی تصمیم گیری می باشد که توسط ساعتی در سال ۱۹۸۸ برای مواجهه با تصمیم گیری های پیچیده، بی ساختار و چند معیاره ایجاد شد. مدل AHP می تواند در زمینه های گوناگون تصمیم گیری به کار برده شود. سه مرحله اساسی و پایه ای AHP عبارتست از [۱]:

۱. تشریح یک مساله تصمیم گیری پیچیده به صورت سلسله مراتبی.