

شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی تولید ناب در صنعت کاشی به روش دلفی فازی و تاپسیس فازی (مطالعه موردی: صنایع کاشی استان یزد)

حسن دهقان دهنوی^۱، مجید قاضی^{۲*}، سیدجواد حسینی کافی آباد^۲، ابوذر حیدریانی زاده^۲

^۱ دانشیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران
^۲ دانشجوی دکترا، گروه مدیریت صنعتی، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

چکیده

بیشتر تجارت‌ها تفکر ناب بودن را برای بهبود کارایی فرایند تجاری‌شان دنبال کرده‌اند. ناب بودن به معنای یک جریان ارزش به‌منظور حذف همه ضایعات، زمان صرف شده و اطمینان از یک سطح مطرح است. تفکر ناب نگاهی هوشمندانه به ارزش و جریان آن با حداقل تغییر در بنیان‌های سازمانی با کمترین هزینه است. تولید ناب یک روش تولیدی است که به اراده محصول با کیفیت و متناسب با خواسته مشتری ضمن حذف هرگونه فرایندی که برای مشتری ارزش‌آفرین نیست، می‌پردازد. هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر از جمله تعهد مدیریت، توانمندسازی کارکنان، مشارکت کارکنان، کارگروهی، مدیریت منابع انسانی و مدیریت ارتباط با مشتری بر پیاده‌سازی تولید ناب در صنایع کاشی با استفاده از روش دلفی فازی و تاپسیس فازی می‌باشد. ابتدا شناسایی عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی تولید ناب انجام می‌گردد سپس با استفاده از روش دلفی فازی از طریق نظرسنجی خبرگان غربال می‌شود و در ادامه با استفاده از تاپسیس فازی عوامل رتبه‌بندی می‌گردند. در نهایت به ترتیب سازمان‌دهی و رهبری، مدیریت زنجیره تأمین، مدیریت منابع انسانی، توانمندسازی کارکنان، تکنولوژی اطلاعات رتبه‌بندی شدند.

واژه‌های کلیدی: تولید ناب، تاپسیس فازی، دلفی فازی، پیاده‌سازی اصول تولید ناب.

مطالعات مهندسی صنایع و مدیریت تولید

دوره ۷، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۰، صفحات ۵۹-۳۹