

چگونه توسعه محصول موفقیت آمیز خواهد شد؟ دکتر مهدی فتح اله، رییس موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی ایران

از دیدگاه سرمایه‌گذاران در کسب و کارهای اقتصادی، توسعه موفقیت‌آمیز محصول سبب ایجاد محصولاتی خواهد شد که دارای قابلیت تولید و سودآوری هستند. با این وجود، سودآوری معیاری است که عموماً ارزیابی سریع و مستقیم آن بسیار مشکل است. از این رو معمولاً از پنج جنبه که شامل کیفیت و هزینه محصول و زمان، هزینه و توانایی توسعه که همگی به نحوی مرتبط با سودآوری هستند، برای ارزیابی عملکرد عملیات توسعه محصول در کسب و کارهای مختلف استفاده می‌شود.

کیفیت محصول به مواردی اطلاق می‌شود که خروجی حاصل از عملیات توسعه محصول جدید را ارزیابی می‌کند که آیا نیازهای مشتریان را برآورده کرده و دارای توان و قابلیت اطمینان کافی است؟ به عبارتی، کیفیت محصول در نهایت به صورت سهم بازار و قیمتی که مشتریان مایل به پرداخت برای محصول می‌باشند خود را نشان می‌دهد.

هزینه محصول یکی دیگر از مراحل ارزیابی عملکرد توسعه تولید است که مشخص می‌کند هزینه تولید محصول به چه میزان است؟ این هزینه شامل مخارج صورت گرفته بر روی تجهیزات سرمایه‌ای و ابزارآلات و همچنین هزینه‌های ثابت و متغیر مرتبط با افزایش تولید هر یک از اقلام محصول است. در این راستا هزینه محصول، میزان سود تعلق گرفته به شرکت را برای حجم مشخصی از فروش و قیمت خاصی از محصول مشخص می‌نماید.

زمان توسعه نیز عملیات توسعه محصول را که با چه سرعتی به پایان رسیده است را نشان می‌دهد. این زمان میزان جوابگویی و انعطاف‌پذیری شرکت را نسبت به نیروهای رقابتی بازار و پیشرفتهای تکنولوژیکی مشخص می‌نماید. همچنین بازده زمانی دستیابی به بازده اقتصادی حاصل از تلاشهای تیم توسعه نیز، به سرعت اتمام فرآیند توسعه وابسته است.

هزینه توسعه یکی دیگر از مراحل ارزیابی عملکرد توسعه تولید است که نشان می‌دهد میزان هزینه صرف شده بوسیله شرکت برای توسعه محصول چه اندازه است. هزینه‌های توسعه معمولاً بخش اعظمی از سرمایه‌گذاری لازم را برای کسب سود تشکیل می‌دهند.

توانایی توسعه نیز که به عنوان یک دارایی با ارزش به شمار می رود به کسب و کارها کمک می کند تا محصولات خود را در آینده به نحوی اثربخش تر و اقتصادی تر طراحی و توسعه دهند و در راستای کسب تجربیات حاصله از پروژه توسعه محصول جدید، توانایی تیم و سازمان برای توسعه محصولات در آینده افزایش پیدا کند.

عملکرد قوی در راستای این پنج بعد اشاره شده، می تواند موفقیت نهایی کسب و کارها را به دنبال داشته باشد. با این وجود معیارهای عملکردی دیگری نیز می توانند حائز اهمیت باشند. از جمله این معیارها می توان به منافع و علاقه مندیهای دیگر ذینفعان نیز اشاره کرد. مسئولیت های اجتماعی، قانونی، زیست محیطی و ... که بر مبنای آنها محصول طراحی، تولید و عرضه می شود، نیز از مواردی است که باید مورد توجه متولیان امر قرار گیرد. بنابراین در مدیریت چرخه عمر محصولات از صاحبان کسب و کارهای مختلف و نیز دولتمردان انتظار می رود تا با استانداردهای بالا ایمنی را در محصولات رعایت کنند؛ بدون اینکه به توجیه پذیری این استانداردها از نظر هزینه و سوددهی توجهی نمایند. همچنین باید محصول به درستی از منابع زیست محیطی استفاده و حداقل ضایعات خطرآفرین را در محیط پراکنده نکند و تدابیر لازم برای بازیافت و بهره برداری مجدد آنها نیز در نظر گرفته شود. در خاتمه ضروری است تاکید شود که توجه به این موضوعات از طرفی نیازمند برنامه ریزی در سطوح مختلف حاکمیتی و خصوصی دارد و از طرف دیگر باید قواعد لازم برای مدیریت چرخه عمر محصولات تدوین و زیر ساختارهای اجرایی آنها نیز به نحو مناسبی فراهم شود. توجه به حقوق تولید کننده و مصرف کننده، تعهدات تولید کننده محصول نسبت به الزامات محیط زیست و بازیافت محصولات و بسیاری از مقوله های دیگر که متاسفانه در شرایط کنونی کشور بعضا با چالش مواجه می گردد به فقدان تبیین برنامه ها و قواعد مشخص در این حوزه مرتبط می شود.