

عنوان فارسی مقاله :

تاثیر زمان عرضه محصول به بازار و هزینه یابی هدف
در موفقیت توسعه محصول جدید

عنوان انگلیسی مقاله :

The influence of time-to-market and target costing
in the new product development success



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل
با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

5. Conclusions

In this study it was found that both TC and TtM are correlated to NPD success. Thus, TC and reduction of TtM together provide considerable advantages to users of these practices. Those companies which can manage both are able to achieve reduced NPD cycle time and cost without having to compromise on quality and functionality. As a result they will gain market share and experience economic success. The results obtained in this research are in line with Everaert and Bruggeman's (2002) work. These authors also found that target costs permitted the development of lower-cost new products without compromising quality and time. In fact, TC and product development literature has been suggesting that cost, quality and development time must be analysed together. Cooper and Kleinschmidt (1995) even agree that the combination of cost, quality and reduced TtM determine the success of new products. However, there is still little empirical evidence of such relationship in the literature.



5- نتیجه گیری

در این مطالعه مشخص شد که هر دو TC و TTM در ارتباط با NPD موفق بوده اند. بنابراین TC و کاهش TTM مزایای قابل توجهی را به کاربران این شیوه ارائه می کنند. آن دسته از شرکت ها که می توانند هردو مدیریت را جهت کاهش زمان چرخه NPD و هزینه بدون نیاز به سازش در کیفیت و عملکرد را داشته باشند، قادر به دستیابی آن می باشند. به عنوان یک نتیجه می توان گفت سهم بازار به عنوان یک تجربه موفق اقتصادی است. نتایج بدست آمده رد این پژوهش در راستای تحقیقات اورارت و بورگمان در سال 2002 بوده است. این محققین همچنین دریافتند که هزینه هدف با توسعه کم هزینه تر محصولات جدید بدون افت کیفیت و زمان می باشد. در واقع TC در تحقیقات انجام شده نشان می دهد که هزینه ها و کیفیت و زمان نیز باید مورد توسعه قرار بگیرد. کوپر در سال 1995 حتی توافق نمود که ترکیبی از هزینه ها، کیفیت و کاهش TTM تعیین کننده موفقیت محصولات جدید است. با این حال، هنوز هم کمی از شواهد تجربی در رابطه با آن وجود دارد

توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت

ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

همچنین برای مشاهده سایر مقالات این رشته [اینجا](#) کلیک نمایید.