

هزینه طراحی محصول کارا برای قدرت رقابتی پایدار

حیدر محمد زاده سالطه، استاد یار و مدیر گروه ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرند
محمد حسین سنجری، دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات آذربایجان شرقی

چکیده:

قدرت رقابتی محصول در بازار به عواملی چون هزینه، کارایی، زمان واگذاری به بازار، مشتری پسندی، زیبایی شناسی و کیفیت بستگی دارد، شرایط بالای رقابتی و تغییر در ناحیه انتظارات مشتری عمر محصولات و زمان واگذاری به بازار را کوتاه می کند و منجر به کوتاه شدن این فاز از طراحی می شود، در محیط اطراف محصولات با توجه به نیازهای مشتری در حال تجدید هستند، همانطور که زمان طراحی به طور مداوم کوتاه می شود، اهمیت آن در حال افزایش است؛ زیرا این عوامل موثر بر قدرت محصول در مرحله طراحی شکل می گیرد و میزان موفقیت موسسات در یک بازار رقابتی به تلاش آنها در جهت شناخت و پاسخگویی به نیازهای مشتریان بستگی دارد. در این مقاله انواع تکنیک های پیش‌بینی مدیریت هزینه در مرحله طراحی آورده شده است که عبارتند از: هزینه چرخه طول عمر محصول، هزینه یابی هدف، طراحی بر مبنای هزینه، طراحی بر مبنای تولید، طراحی بر مبنای اعتبار و قابل اعتماد بودن، تجزیه و تحلیل هزینه های کارکردی و مدیریت هزینه درون سازمانی.

کلید واژه: مدیریت هزینه، طراحی محصول، هزینه یابی چرخه عمر محصول