

# فاصله بین معرفی و عرضه محصولات اپل در دوران تیم کوک دو برابر شده است - دیجیاتو

یونس مرادی | شنبه، ۱۶ دی ۱۳۹۶

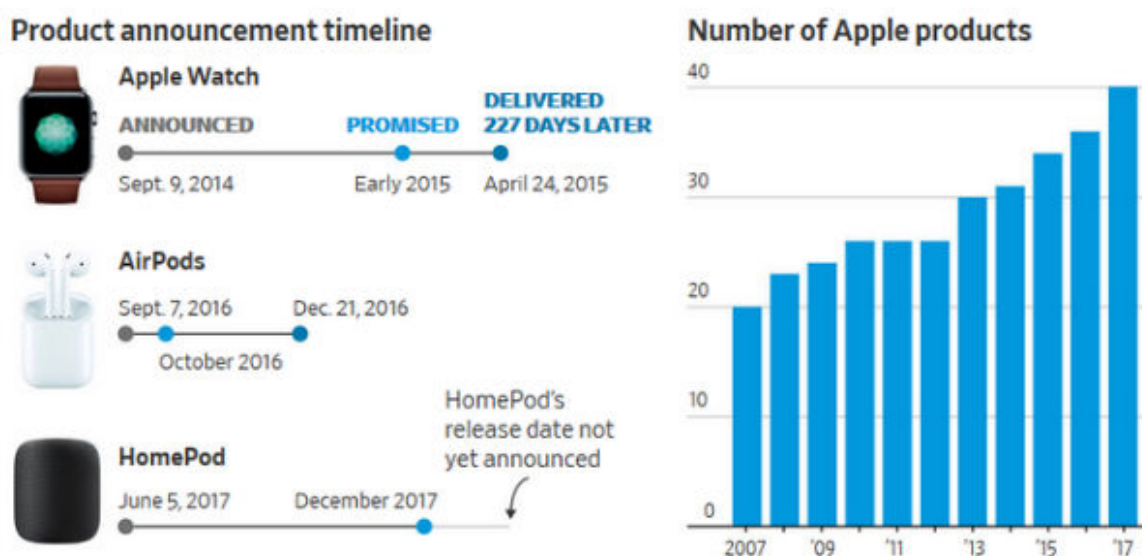
بر اساس گزارشی از نشریه «وال استریت ژورنال» طی شش سال گذشته بازه زمانی بین معرفی محصولات اپل و عرضه آن به صورت میانگین به 23 روز افزایش یافته است و این در حالی است که در بازه زمانی شش ساله پیش از آن این زمان تنها 11 روز بوده است.

افزایش فاصله بین معرفی و عرضه یک محصول نکته ای منفی به شمار می آید چرا که کمپانی کوپرتینویی معمولاً فناوری های جدیدی را به بازار تکنولوژی معرفی می کند و هرچه این بازه کوتاه تر باشد رقبا از فرصت کمتری برای عرضه فناوری های مشابه برخوردار خواهند بود و از طرف دیگر افزایش این فاصله به دلسردی مشتریان منجر شده و کمپانی را متضرر می کند.

یکی از دلایل این تاخیر به تفاوت روش های مدیریت استیو جابز و تیم کوک برمی گردد برای مثال تاخیر مداوم در عرضه اسپیکر هوشمند هوم پاد سود بسیاری را از دست اپل خارج کرده در حالی که کمپانی های رقیب از قبیل آمازون و گوگل مدت هاست محصولات مشابه خود را به بازار عرضه کرده اند.



این اسپیکر که از چند سال قبل در دست توسعه قرار داد قرار بود ماه گذشته با قیمت 349 دلار به بازار راه پیدا کند در حالی که عرضه آن تا «اوایل سال 2018» به تعویق افتاد و همین مساله باعث شد این کمپانی بازار پر رونق کریسمس از دست بدهد.



افزایش تنوع محصولات اپل و تاخیر بیشتر در عرضه آنها در دوران مدیریت تیم کوک

از دیگر محصولات اپل که عرضه آنها با تاخیر مواجه شد می توان به ایرپادهای بی سیم، اپل واچ، و لوازم جانبی آئیپد پرو از قبیل کیبورد هوشمند و قلم آن اشاره کرد. یکی از دلایل این تاخیر به تفاوت روش های مدیریت استیو جابز و تیم کوک برمی گردد؛ مدیر عامل جدید بر خلاف بنیانگذار این کمپانی به معرفی محصولات جدید در سریع ترین زمان ممکن علاقه دارد در حالی که جابز پس از اطمینان از امکان عرضه محصول از آن رونمایی می کرد.

از طرف دیگر استیو جابز به معرفی محصولات کمتر در هر سال پایبند بود در حالی که تیم کوک در دوران مدیریت خود نزدیک به 70 محصول را معرفی کرده است.



در این دوران عرضه 5 محصول سه ماه یا بیشتر و عرضه 9 محصول بین یک تا سه ماه پس از معرفی صورت گرفته و این در حالی است که در دوران جایز یک محصول سه ماه و 7 محصول دیگر نیز بین یک تا سه ماه پس از معرفی به بازار عرضه شده اند.

برخی دیگر دلیل افزایش بازه بین معرفی محصولات اپل و عرضه آنها را این مساله می دانند که کمپانی آمریکایی به جای تولید قطعات مختلف آنها را خریداری کرده و مونتاژ محصولات را نیز به کمپانی های دیگر واگذار می کند.

اگرچه این سیاست به کاهش هزینه تولید منجر می شود اما عرضه به موقع محصول نیازمند هماهنگی کامل بین شرکت های مختلف است و کوچکترین مشکلی می تواند به تاخیر در عرضه محصولات منجر شود.

[دیجیاتو](#)