

**1-3-1** دراسة معايير التقييم: و تتمثل معايير التقييم مجموعة أسئلة مقسمة إلى ثلاث مجموعات كالتالي:

**1-1-3-1** معايير متعلقة بالسوق: و تضم المعايير المتعلقة بالسوق قائمة الأسئلة التالية: [landrevie,lindon,1997,p280]

- هل يستجيب المنتج المعني بحاجة لدى الزبائن الحالية أو متوقعة ؟
- هل يتفوق المنتج المقترح على المنتج الحالي ؟
- هل يمكن ملاحظة هذا التفوق ببساطة من قبل المستهلكين ؟
- هل يمكن إيصال هذا التفوق عن طريق الإعلان للمستهلكين ؟
- هل بإمكان المستهلكين تقبل السعر الجديد لهذا المنتج ؟
- هل من المتوقع أن ينال المنتج الجديد إعجاب الموزعين ؟
- وباختصار: هل يوجد سوق محتمل بحجم معتبر لهذا المنتج الجديد ؟

**2-1-3-1** معايير متعلقة بإمكانية تطبيق المؤسسة للفكرة: و تضم المعايير المتعلقة بإمكانية تطبيق المؤسسة للفكرة الأسئلة التالية: [helfer,2001,p138]

- هل يحتاج المنتج الجديد إلى توظيف كفاءات المؤسسة في مجال البحث و التطوير ؟
- هل أن العمال بالإنتاج على درجة كافية من التأهيل ؟
- هل تتناسب الفكرة الجديدة مع القيود القانونية و التشريعية ؟
- ما هو الأثر الذي قد يحدثه طرح هذا المنتج الجديد ( سلبي أو إيجابي ) و ذلك على المنتجات الأخرى للمؤسسة ؟
- وباختصار: هل تتناسب الفكرة الجديدة مع المؤسسة المطورة أم لا ؟

**3-1-3-1** معايير متعلقة بالمردودية: و تضم المعايير المتعلقة بالمردودية قائمة الأسئلة التالية: [landrevie,lindon,1997p281]

- كم من المتوقع أن يعيش المنتج ( دورة حياته ) ؟
- هل هناك خطر التقليد السريع للمنتج الجديد من طرف المنافسين و ما هي النتائج المترتبة على ذلك ؟
- ما هو الهامش على الوحدة المتوقع تحقيقه من خلال هذا المنتج ؟