

الإجابة النموذجية:

عمق التشكيلة: جميع المنتجات التي تقوم المؤسسة بانتاجها في خط الإنتاج الواحد.1

الابتكار التسويقي: الابتكار التسويقي والمقصود به وضع الأفكار الجديدة أو غير التقليدية موضع التطبيق الفعلي في الممارسات التسويقية وقد يركز على عنصر المنتج سواء كان سلعة أو خدمة، أو على عنصر السعر أو على عنصر الترويج أو على عنصر التوزيع، أو على كل هذه العناصر في آن واحد.1
فشل المنتج: عدم تحقيق الأهداف المسطرة سواء كانت مالية أو تسويقية، مما يؤدي الى خروج المنتج من السوق.1

مرحلة التراجع: وهي آخر مرحلة من دورة حياة المنتج، وفيها تنخفض المبيعات ويفقد المنتج اهتمام الزبائن، وعلى المؤسسة تطوير المنتج والاسيخرج من السوق.1

الجواب الثاني

حسب درجة التغيير:

تميز الأدبيات الإدارية بين نوعين من الابتكار: الابتكار الجذري والابتكار التدريجي، وقد تم هذا التصنيف وفق بعدين أساسيين: درجة التكنولوجيا الجديدة التي يتضمنها المنتج الجديد، ودرجة الاستجابة لحاجات وتوقعات الزبائن بطريقة أكثر فعالية من المنتجات الحالية.

الابتكار الجذري يشير إلى العملية متكاملة العناصر من إنتاج وتسويق وإدارة إستراتيجية ، بحيث تؤدي إلى طرح منتج جديد أو خدمة جديدة مختلفة جذريا عن تلك الموجودة في الأسواق؛ أما الابتكار التدريجي فهو يعبر عن التحسينات على المنتج الحالي أو منتج جديد بأبعاد جديدة مماثلة لأبعاد المنتج السابق.

		درجة التكنولوجيا	
		-	+
درجة الاستجابة لحاجات الزبائن	+	ابتكار تدريجي	ابتكار جذري
	-	لا يوجد ابتكار	ابتكار تدريجي

الجواب الثالث:

3-العوامل المؤثرة على عملية التطوير في المؤسسات

عدة عوامل تؤثر على سيرورة عملية التطوير، قد تكون مرتبطة بطبيعة المشروع، بدرجة التطوير و مدى قربها من النشاطات السابقة للمؤسسة كما قد ترجع لثقافة المؤسسة و تنظيمها و الاجال اللازمة لاعداد و تصريف المنتج الجديد

3-1 مدى ترابط (صلة) مشروع التطوير بنشاطات المؤسسة السابقة :

يختلف مضمون و درجة تعقيد مراحل تطوير منتج جديد، حسب امكانية اعتماد المؤسسة المطورة على نشاطاتها السابقة، معارفها، تجاربها و مواردها التي حصلت عليها في الماضي.

3-2 درجة تطوير المنتج:

عند قيام المؤسسة المطورة بتطوير و تسويق منتج جديد، عليها أولاً تحديد و ضعيتها ضمن تشكيلة منتجاتها، لذلك عليها أن تتظر اليه من خلال زبائنها لتتمكن من تحديد درجة حدائته و امكانية توافقه مع معايير الاستهلاك السائدة.

3-3 ثقافة المؤسسة:

إن عملية تطوير المنتجات هي أولاً و قبل كل شيء عبارة عن موافقة المؤسسة على مواجهة مجموعة معتبرة من الأخطار، و عادة ما يكون المسير هو من يبث هذه الروح في المحيط الداخلي للمؤسسة، و ذلك بتحفيزه لروح الانتماء إلى نفس الجماعة المحيطة بالمنتج الجديد مما يخلق لديهم إعجاب بما يفعلونه و بالتالي يبث حماس أكبر لديهم مما يخلق لديهم نوع من الافتخار و إرادة للنجاح

3-4 أجال تطوير المنتجات:

و يكتسب هذا العامل أهمية من الأسباب التالية :

- تقليص دورة حياة المنتج في السوق؛
- الرغبة في الاستجابة و بأسرع وقت ممكن لأمال و تطلعات الزبائن؛
- التطور المتسارع للتكنولوجيا؛
- المنافسة الحادة و التي تركز على عامل السرعة.

الإجابة الرابعة

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 ؟
- و باختصار: 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 (سلبى أو ايجابى) و ذلك على المنتجات الأخرى للمؤسسة ؟
- و باختصار: 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, 1997, p281]

- 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 ؟