

## العوامل المؤثرة في إستراتيجية المنتج

- هناك عدة عوامل يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند إعداد إستراتيجية المنتج منها:
- الأثر على المنتج الحالي: إن المنتجات الجديدة تؤثر في مبيعات خطوط المنتجات الحالية للمنظمة. فمثلا عندما تضيف المنظمة منتجا جديدا فلا بد أن يكون لهذا المنتج أثر على المبيعات والربحية.
  - التقلبات الدورية: إذا كان الطلب على منتجات المنظمة يتسم بعدم الثبات أي التقلب وفقا للفصول فعلى المنظمة أن تنتج أنواع أخرى مستغلة الطاقة الإنتاجية المتاحة.
  - المواد الأولية: إذا كانت للمنظمة رقابة على مصادر عرض المواد الأولية سوف يؤثر ذلك في إستراتيجية المنتج. و يجب على المنظمة ألا تعتمد في وضع إستراتيجيتها على مواد أولية معرضة لمشاكل عديدة.
  - قنوات التوزيع: من المهم جدا للمنظمة أن تقوم بتوزيع منتجات جديدة عبر قنوات التوزيع الحالية و التي تعتمد عليها في توزيع منتجاتها الحالية.
  - البحث و التطوير: بإمكان المنظمة استخدام نفس إطارات البحث وأدواته الخاصة بالبحوث القديمة في تقديم منتجاتها نظرا لكون عملية البحث الجديدة تكلف أموالا وهي صعبة.
  - التسهيلات الإنتاجية: تعتبر التسهيلات الإنتاجية من آلات و خبرات و مواد أولية جزءا مهما في تشجيع المنظمة على تقديم منتجات جديدة.
  - الاستثمارات المطلوبة: إذا ما توفرت للمنظمة الاستثمارات فإن باستطاعتها أن تطور و تشكل منتجاتها و تضيف خطوط إنتاج جديدة.
  - المهارات الفنية و التسويقية: يجب أن تكون للمنظمة مهارات فنية و تسويقية قبل إنتاج المنتج الجديد بعد إنتاجه و دخوله إلى السوق.