

## رئيس جامعة بابل يصدر كراسا عن تطوير المنتج

صدر لرئيس جامعة بابل الأستاذ الدكتور عادل هادي البغدادي كراس في برنامج قوة المعرفة ناقش موضوع تطوير المنتج. وبين  
الدكتور البغدادي أن المنتج يعتبر من العناصر الهامة في المزيج التسويقي  
والبرنامج التسويقي لأي مؤسسة، لذلك فإن مهمة إدارة هذه العناصر تعد من  
المهام الصعبة والمعقدة في إدارة التسويق والمدراء الآخرين في المؤسسة. وأضاف  
: أن مصطلح المنتج يشير إلى مجموعة الخصائص المادية الملموسة التي تجمع  
وينتج عنها شكل محدد، وكل منتج يحمل اسم معين يفهم من خلاله مثل أقلام  
الرصاصة APPL ، HB4 ، Steadier ، Big ، IBM ، والسيارات مرسيدس  
وتويوتا ومازدا وغير ذلك.

&nbsp;

وتابع : أن من وجهة النظر التسويقية، الزبون  
واقعي لا تحفزه الخصائص المادية للمنتج فهو لا يشتري فقط خصائص المنتج  
المادية فقط، وعليه فإننا لا نريد مثلاً معجون أسنان بل نريد رائحة ونظافة  
وحماية للأسنان والفم، لا نريد كمبيوتر في البنك بل نريد تسهيل العمليات  
المصرفية، وبناء على ما تقدم فإننا يمكن أن نعرف المنتج على الوجه التالي:  
المنتج هو ذلك الشيء الذي يتضمن منتجات ملموسة، خدمات، أماكن، أشخاص،  
أفكار، أو المنتج هو أي شيء يمكن طرحه في السوق للتبادل من أجل إثارة  
الانتباه والتملك والاستعمال والاستهلاك والذي يمكن أن يشبع حاجات ورغبات،  
ويتضمن ذلك الشيء المنتجات الملموسة والخدمات والأشخاص والمؤسسات والأفكار. وتضمن  
الكراس توضيحاً لتصنيف المنتجات حسب السوق الشرائي مثل السلع &nbsp;الميسرة،  
وسلع التسوق، والسلع الخاصة، والسلع غير المنشودة، والسلع الصناعية، وبيان  
الفروقات بين السلع الاستهلاكية طبقاً للخصائص والاعتبارات التسويقية،  
 وأنواع السلع والمزيج التسويقي، كذلك دورة حياة المنتج، ومرحلة النمو  
والنضج .

عادل محمد