

**اهمية خريطة الطريق لمنتجات الاثاث**

أ.د/ باسم حسن عبده

قسم التصميم الداخلي والأثاث ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان

[egymobilia@hotmail.com](mailto:egymobilia@hotmail.com)

أ.د/ على عبد المعنم شمس

قسم التصميم الداخلي والأثاث - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

[ali.shms8@yahoo.com](mailto:ali.shms8@yahoo.com)

الباحث/ مراد محسن شوقى

مدير مشروعات فى شركة كرياتف ديزاينرز اسوشيتيس ستوديو

[morad.m.shawky@gmail.com](mailto:morad.m.shawky@gmail.com)**ملخص البحث**

تأتى المنتجات فى اشكال مختلفه و متنوعه و يمكن ان تكون منتج مادي او خدمه لتلبى احتياجات العميل. لتطوير المنتجات تعتبر خريطة الطريق من اهم المكونات التي يجب اخذها في الاعتبار لضمان نجاح المنتجات حيث انها توفر للمطور و الاطراف المعنيه روثيه واضحه لكيفيه الوصول من نقطه الى الأخرى خلال دوره حياه المنتج ،يوجد بعض المكونات الهامه التي يجب ان تشملها خريطة الطريق مثل اهداف العمل والجدول الزمنى و الفكره الاساسيه و النفي ،تعتبر دراسه السوق هي حجر الزاويه التي توفر للمطور و المصمم البيانات لتخطيط خصائص المنتج النهائي. يوجد انواع عديده من خرائط الطريق و يكون تركيز كل نوع على عنصر من العناصر المحيطة بالمنتج. خريطة الطريق القائمه على فكره الموضوع الاساسى تقوم باستخدام هذا النوع عندما يكون الاصدار الجديد يعتمد على مجموعه من الخصائص فى كل اصدار. خرائط الطريق ذات الاصدارات الموقوته و تعتمد على عمل اصدار جديد و فق جدول زمنى محدد. خريطة الطريق ذات الخاصيه الذهبيه و يعتمد الاصدار فى هذا النوع على خاصيه و احده هامه مع كل اصدار. خريطة السوق و الاستراتيجيه توضح الاسواق المستقبليه المراد دخولها. خريطة الطريق الشبكيه و التى تضم مجموعه المتغيرات من تفاصيل و خصائص و الاسواق المستهدفه و التكنولوجيا و منتجات المنافسين خلال الفترات الزمنيه المستقبليه. تتكون عمليه تكوين خريطة الطريق من مدخلات و مخرجات. يوجد نوعان من خريطة الطريق ،داخليه و خارجيه ، و تستخدم الداخليه فى عمل تواصل لاهداف رؤيه المنتج خلال المؤسسه و توفير الموارد و التمويل اما بالنسبه للخارجيه فتستخدم للتواصل مع شركاء العمل خارج المؤسسه لتعطيهم الخطوط العريضة للخطة الزمنيه الخاصه بتطوير المنتج ذو الصله.

**الكلمات المفتاحية:**

المنتج ، الإستراتيجية ، دورة الحياة ، التسويق ، خارطة الطريق