

## التوجهات التصميمية للمنتج المقلد ومنافسة الأصيل

عبد الخالق سمين فتاح

ملخص البحث

تتمثل مشكلة البحث بمعرفة التوجهات والاساليب التصميمية التي تنتهجها المنتجات المقلدة لتستطيع منافسة المنتجات الاصلية الاخرى.

وكان هدف البحث هو مقارنة التوجهات التصميمية للأداء الوظيفي والاستخدامي للمنتجات المقلدة والاصيلة ، اما حدود البحث فاشتملت على دراسة نماذج من المنتجات من الاجهزة الكهربائية المطبخية والمتوفرة في الاسواق المحلية لمدينة بغداد للمدة من (2000 - 2013) .

وبعد استعراض متن البحث للمفاهيم الاساسية للموضوع وتحليل عينة البحث تم التوصل الى مجموعة نتائج واستنتاجات ابرزها:

1. التوظيف المناسب لكل من مادة اللدائن، ومادة الستانلس ستيل (لما لها من صفات عديدة تميزها عن بقية المواد والخامات الاخرى من النواحي الصحية والاستخدامية ) ، تم بكفاءة في النماذج الاصلية ، فيما كان تأثيره ضعيفاً في النماذج المقلدة .

2. التباين اللوني والملمسي لتصاميم وحدات هيئة المنتجات الصناعية تضي حالة من الجذب وشد انتباه المتلقي إليها ، وقد تتفوق أحياناً المنتجات المقلدة على المنتجات الاصلية بأشكالها وألوانها الجذابة .

### الفصل الأول

#### مشكلة البحث وأهميته:

تتمثل مشكلة البحث من الاجابة عن التساؤل الاتي : ما التوجهات والاساليب التصميمية التي تنتهجها المنتجات المقلدة لتستطيع منافسة المنتجات الاصلية الاخرى ؟

ويعد البحث مهماً وذلك لتوعية المستهلك بنوعية السلع التي يكتننها ، فضلاً عن تقديمها رؤيا تصميمية للشركات المنتجة لتكون رؤيا مستقبلية لنوعية انتاجهم من السلع .

\* **هدف البحث :** يهدف البحث الى مقارنة التوجهات التصميمية للأداء الوظيفي والمظهري للمنتجات المقلدة والاصيلة .

\* **حدود البحث:** تشمل حدود البحث دراسة المنتجات الكهربائية المطبخية الاصلية منها والمقلدة والمتوفرة في الاسواق المحلية لمدينة بغداد للمدة من (2000-2013).

#### \* تحديد المصطلحات

1- **التوجهات التصميمية :** هي المسالك او الاساليب المتنوعة والتي يتم من خلالها تحديد المسارات التي ستتتبعها العمليات التصميمية المختلفة وصولاً لتحقيق هدف معين .

2- **المنتج الصناعي :** هو كل الاشكال المصنعة التي ترضي حاجات المستخدم ( محمد دياب ص 1) .

3- **المنتج المقلد :** هو شيء يمكن تقديمه للسوق لغرض الاستهلاك ، او الاستخدام ، او الحيازة ومحاولة جمعه لبعض خصائص وصفات المنتجات الاصلية الاخرى المعروفة عالمياً ومنافسته لها ، ولكن بكفاءة أقل .

4- **المنتج الاصيل :** هو شيء مطروح في السوق ، يمكن استخدامه لإشباع حاجات انسانية او خدمية ، وهو خاضع لمقاييس الجودة والمتانة ، ومصنع من قبل شركات لها اسم تجاري معتمد خاص بها ، ومعترف بها عالمياً .

## الفصل الثاني

### المبحث الأول: التسويق والترويج والاستهلاك

ان التسويق هو اشباع لاحتياجات العميل، كما ان التسويق لا يجوز قصره على المنتجات على السلع والخدمات، وان المنتج موضوع التسويق هو أي شيء يمكن ان يشبع حاجة لدى المشتري او المتلقي ، لذلك فان التسويق يخص كل شيء ابتداءً من السلع والخدمات المادية وحتى الافكار والافراد والمنظمات (الازهري ، ص16).

وهناك عوامل يجب اخذها بنظر الاعتبار عند اعداد استراتيجية المنتج ، ومنها :

الاثر على المنتج الحالي ( الشركة المنتجة عندما تطرح منتجاً جديداً فلا بد ان يكون لهذا المنتج اثر على المبيعات والارباح ) ، وكذلك التقلبات الدورية ( اذا كان الطلب على المنتجات يتسم بعدم الثبات أي التقلب وفقاً للموسم والفصول فعلى الشركة ان تنتج انواع اخرى مستغلة الطاقة الانتاجية المتاحة ) . وعدم الاعتماد عند وضع استراتيجية الشركة على مواد اولية معرضة لمشاكل عديدة ، فضلاً عن البحث والتطوير ( بإمكان الشركة استخدام نفس اطر البحث الخاصة بالبحوث القديمة في تقديم منتجاتها نظراً لكون عملية البحث تكلف اموالاً وهي صعبة ) ولقنوات التوزيع دوراً كبيراً في اعداد استراتيجية المنتج ( من المهم للشركة ان تقوم بتوزيع منتجات جديدة عبر قنوات التوزيع الحالية المعتمدة ) ، كما ان التسهيلات الانتاجية من آلات وخبرات ومواد اولية تعد جزءاً مهماً في تشجيع الشركات على تقديم منتجات جديدة ( جعلاني ص 11-12 ) .

ان التغير في العملية الانتاجية الذي تصاعد في ثمانينات وتسعينات القرن الماضي هو الذي ادى الى غلبة المنظور التسويقي، وحول الانتاج الى وظيفة في العملية التسويقية ( السيد تحليل ثقافي ، ص 56 ) .

### تصنيف المنتجات المصنعة

يمكن حصر المنتجات التي تقوم معظم الشركات والمؤسسات الانتاجية المتخصصة بطرحها للأسواق لغرض الاستخدام وفق محورين اساسيين هما:

اولاً: حسب فترة الاستخدام، وفيها تقسم المنتجات المصنعة الى نوعين هما: المنتجات غير المعمرة (منتجات يقتنها المستهلك لغرض استخدامها لفترة محددة) ، فضلاً عن المنتجات المعمرة (منتجات يقتنها المستهلك لاستهلاكها عبر فترات زمنية طويلة)

ثانياً: حسب الجهد المبذول في عملية الشراء، ووفق لهذا المحور يمكن تقسيم المنتجات الى عدة انواع وتمثل بالمنتجات الميسرة (منتجات التي تشتري على فترات دورية متقاربة دون الحاجة إلى إجراء مقارنات بين الأساء التجارية المعروضة أو تقييم للفروق بينها) ، وهناك منتجات التسوق (يتم شراء هذه المنتجات بعدما يقوم المستهلك بدراسة وبحث ومقارنة المنتجات المعروضة من حيث مناسبتها وجودتها وتصميماتها وسعرها) ، فضلاً عن المنتجات الخاصة (تتضمن منتجات ذات الخصائص المتميزة ، وذات اسم تجاري معروف . مما يجعل المشتري يصر على اسم تجاري معين ومستعداً لبذل الجهد في سبيل الحصول عليها و الانتظار لفترة معينة ، لحين توافرها إذا لم تكون موجودة في الأسواق) .

(www. wikipedia , product classification .com)

### ترويج المنتجات

يعرف الترويج كعملية بانه :اتصال لإقامة والحفاظ على علاقات من خلال اعطاء معلومات واقناع جمهور او أكثر

من جمهور .

يهدف الترويج الى التعزيز (التدعيم) والتذكير ويقصد بالتعزيز التأكيد على ان القرار الذي اتخذه المستهلك (العميل) أياً كان نوع القرار ، مثل اختيار منتج معين ، او التحول الى منتج معين كان قراراً صحيحاً ، وبالتالي تحاول الشركة المروجة ان تتجنب ظهور شعور لدى العميل بالندم او الاسف لاتخاذ مثل هذا القرار من ناحية ، واقناعه باتخاذ نفس القرار اذا ما تعرض لموقف مشابه اخر في وقت لاحق من ناحية اخرى ، الامر الذي يؤثر ايجابياً على الاداء التسويقي للشركة ، بل على أداؤها بشكل عام .

( www.wikipedia , products spreading . com )

وللترويج عناصر خاصة تتمثل بالإعلان ، واتصال البيع الشخصي ، وتنشيط المبيعات والنشر (الاشهار) والذي قد يندرج تحت نشاط العلاقات العامة من وجهة نظر بعض الاكاديميين في مجال التسويق ( Jones , P. 219 ) . ويقصد بالإعلان ، الاتصال غير الشخصي بوسائل الاتصال الجماهيري (واسعة الانتشار) Mass Media بواسطة منظمات متخصصة ، فضلا عن الافراد الذين يظهرون في الاعلان بشكل او باخر ، لغرض اعطاء معلومات او اقناع جمهور معين ، سواء كان المنتج موضوع الاعلان ملموسا سلع (منتجات) ، ام غير ملموس (خدمات) . وفي الفترة الاخيرة تحولت اساليب الدعاية والاعلان من الطباعة التقليدية والنشر الورقي ( وما يتطلبه من ذلك من جهود اضافية للنقل والتوزيع ) الى الدعاية الإلكترونية المسيرة والايوتوماتيكية عبر المواقع مما ساهم بشكل كبير في زيادة المبيعات وتخفيض تكاليف الصفقات ، وخير دليل على نجاح هذا الاسلوب هو العدد الهائل من المواقع التجارية عبر الانترنت بهدف الاعلان والترويج ( روب ، ص 31-32 ) .

ان عناصر الترويج سابقة الذكر عادة ما تكون موجودة في اي عملية ترويج ولكن يتطلب الامر مزجها او خلطها بنسب متفاوتة من موقف لآخر ، وبالشركة التي تقوم بالترويج من ناحية اخرى . وقد كان - ولا زال - الترويج بعناصره المختلفة وبصفة خاصة عنصر (الاعلان) يمثل مجالاً خصبا للابتكار ، وربما يلي عنصر المنتج من حيث شيوع تبني وتطبيق التسويق الابتكاري فيه ، والابتكار في مجال الترويج - مثله في ذلك مثل اي مجال اخر - يمكن ان يكون ناجحا ويمكن ان لا يكون كذلك .

( www.wikipedia , products spreading . com )

### المواصفة والجودة للمنتجات الصناعية

تُعَدُّ المواصفة ( Specification ) العنصر الرئيسي ضمن الانشطة المتعلقة ببناء الجودة والمساة اليوم (MSTQ) ( أي المترولوجيا والمواصفة والاختبار والجودة .

ان سبب وجود المواصفة هو الحاجة للاهتمام بصحة المواطن وسلامته . ونظراً لدخول المؤسسات مرحلة الانتاج الصناعي الكمي من اجل التصدير ، فقد باتت الحاجة ماسة الى وجود مواصفات للمنتجات المصنعة . هذه المواصفات لا يمكن ان تتحقق من قبل هذه المؤسسات الا باستخدام العمليات الانتاجية المناسبة التي اصبحت أكثر تقدماً وصعوبة من السابق واختيار التجهيزات المناسبة لها ، وتأمين المهارات العالية لتشغيلها ( الحسيني ، ج 2 ، ص 179 ) .

المواصفة لها علاقة مباشرة بالجودة التي ينبغي ان يحققها المنتج ، سواء كان من قبل المصمم ، او الصناعي ، او المنتج . وبالتالي فأن أفضل التصاميم من الممكن ان تفشل في العملية الانتاجية اذا لم يتم تحقيق المواصفات المطلوبة منها والتي وضعها المصمم ، واصبح تطبيق المواصفة اداة فاعلة لنقل التكنولوجيا وتطوير جودة المنتج وتعزيز القدرة التنافسية للمنتجين المحليين لدخول الاسواق الخارجية وللحفاظ على مواقعهم في السوق الداخلية (جيروم ، ص 269) .

التوجهات التصميمية للمنتج المقلد ومنافسة الأصيل..... عبد الخالق سمين فتاح

وتلعب جودة المنتج ومطابقتها للمواصفات البيئية دوراً هاماً في تحقيق افضل فرص المنافسة على الصعيد التسويقي .

ومفهوم الجودة في الصناعة يعني انتاج المنتج بصورة محققة للمواصفات التي تم اعدادها بناء على دراسات مسبقة لاحتياجات المستهلكين ولتحقيق هذا يجب ان يكون هناك نظاماً للجودة تحدد فيه الترتيبات التي يضعها المصنع طبقاً لمواصفات قياسية معينة لضمان تحقيق الجودة المطلوبة ( احمد ، ص 133-134).

### دور الاستهلاك في المنتج الصناعي

ان لسلوك الاستهلاكي للإنسان وتوجهاته الفكرية والنفسية انعكاس بصورة مباشرة على التصميم المعاصرة للمنتجات الصناعية .

سابقاً كانت الاستراتيجية التي كان يتبعها المصمم هي تقديم منتج صناعي يمكن استخدامه لفترة طويلة يلم بكل عناصر الجودة والمتانة . اما اليوم ومن خلال الاتجاهات المعاصرة للسوق وما تتطلبه من تقديم منتجات بأعداد هائلة بأسعار بخسة مقارنة بالمنتجات الاصلية السابقة وافتقادها للمتانة والجودة ، وهذا ما أفرزته استراتيجية العولمة الجديدة . فعالمنا المعاصر تسوده رغبة شديدة للاستهلاك نتيجةً لمستجدات العصر الحالي ومتغيراته المتحكمة والمؤثرة على الحياة الانسانية ، والرغبة في مواكبة كل ما هو جديد ( محمد دياب ، ص 32 ) .

واصبح الاتجاه العام لثقافة الاستهلاك مسيراً نحو الاهتمام المبالغ فيه باستهلاك المنتجات المختلفة ذات الماركات المتنوعة المعمرة وغير المعمرة ، الضرورية وغير الضرورية ، الكمالية منها والترفيهية وعلى جميع المستويات ، ثم توسيع سوق الاستهلاك بما لا نهاية له من منتجات قد تختلف في اشكالها ومراكمتها ( سامح سعيد ، ص 34 ) .

اصبح الاستهلاك سمة يسعى الانسان من خلالها الى بيان اظهار تميزه ووجهته ومكانته الاجتماعية وتميزها عن الاخرين من خلال اقتناءه لمنتجات معينة اخذت بعض الشركات في استراتيجياتها الانتاجية والتسويقية بطرح منتجات متنوعة بسيطة في تصاميمها لتطابق متطلبات العصر وبتصاميم متغيرة وجديدة ، وهذا ما اثر بصورة فاعلة وكبيرة على الشركات المنتجة الاصلية ، وما نتج عنه بالتالي من عزوف عدد كبير من المستهلكين عن شراء أنتاجهم ( وميض ، ص 51 ) .

المبحث الثاني : الاصلالة والتقليد

\* **الاصالة Originality** : يعمد الباحثون في مفهوم الاصلالة الى تعريفها شتى التعريفات التي تراوح بين الاصطلاحي منها وما بين الايديولوجي ، فمن مجمل التعريفات يبدو ان لفظة ( اصالة ) يمكن ان تكون صفة تطلق على اي عمل يبرز فيه نوع من انواع الابداع ، اذ يشير البعض الى ان هذه الاصلالة يمكن ان تدل على معنيين ، احدهما زمني والاخر منهجي ، او كلاهما معاً ، وان التعريف الذي يتفق مع هذا المفهوم نجد انه يميز بين هذين المعنيين ويستبعد الاشارة الى الزمن ، على اساس ان الاصيل يتجاوز مفهوم الزمن .

وعلى العموم فإن الاصلالة تحوي صفة الابداع ، وان كان الابداع يختلف بين امة واخرى ، مما يعني ان الاصلالة مرتبطة خصوصياً بالثقافة ، اذ تستمد قيمها الداخلية من القيم التي تفرزها الثقافة الواحدة ، ثانيها ان الاصلالة تحوي ضمن تركيبها الداخلي (حركة) ، بمعنى قابل التطور والتجديد ، باعتبار ان الاصلالة تتجاوز مفهوم الزمن ، اي انها لحظة ابداع لا زمنية وفي نفس الوقت تحوي ضمن طبيعتها بذور التجديد والاستمرار لا الانغلاق ، فما هو اصيل يرى كذلك لا في زمانه فقط ، وانما يبقى كذلك لأجيال تليها .

(www.wikipedia , originality basics . com)

\* **التقليد Imitation** : هو الاقتداء بالأنماط الفكرية والسلوكية للجهازه سواء كانت متوارثة أم دخيلة . والتقليد نوعان ايجابي وسلبي ، ايجابي هو تقليد لأنماط فكرية وسلوكية ايجابية مثل التعليم ، اما السلبي فيتمثل بالتقليد الاعمى لأنماط سلوكية دخيلة لا تتفق مع ثقافتنا واعرافنا الاجتماعية .

في بعض المجالات الصناعية فأن التقليد يعبر عن حالات يتم تبني افكارها وتجسيدها على ما هو عليه من دون تغيير شكل متعمد ، او غير متعمد ، بقصد ، او غير قصد ، ثم صارت تعني صنع اشياء جديدة عن مثال ، او محاكاة لأشياء موجودة ، بعد ذلك اصبحت تدل على الاعادة والاستمرار في استخراج نسخ طبق الاصل ، أي بمعنى مواصلة الانتاج بصورة متشابهة .

هناك بعض الشركات او الجهات المنفذة لا تكلف نفسها عناء تقديم منتجات بتصاميم واشكال جديدة لمنتجاتها لما تحتاجه هذه العملية من اموال تصرف ، ووقت وجهد يبذل ، بل تعتمد في ذلك على تصاميم المنتجات التي قدمتها الشركات العالمية الاخرى ، لطرح منتجات مماثلة للمنتجات الاصلية من نواحيها الشكلية والوظيفية ، وبالتالي فقد سيطرت المنتجات المقلدة باختلاف انواعها على الساحة الاقتصادية ، ولا يكاد يخلو سوق او مجمع من هذه المنتجات وسط تهافت المستهلكين عليها ، لا لشيء فقط لأنها رخيصة الثمن ، مع اعتراف الجميع ان تلك المنتجات ليست بجودة ومثانة الاصلية .

( www. Wikipedia , products imitability . com )

عند الرغبة باقتناء اجهزة كهربائية يتبادر الى اذهاننا ان تلك السلعة مقلدة وهذا ما يدفعنا في النهاية الى الغاء فكرة الاقتناء من اساسها في بعض الاحيان او الرضوخ الى إغراء السعر المناسب في احيان اخرى ، وبهذا اصبحت اسواقنا المحلية واحدة من أكثر الاسواق احتضاناً لبضائع موجهة المصدر وصارت مكاناً آمناً لمروجي تلك البضائع .  
فالتصاميم الناجحة من النواحي الفنية والوظيفية والمادية يسعى العديد الى تقليدها ، او الاقتباس منها ، وهناك العديد من المؤسسات والدول ذات الباع الطويل في تصميم المنتجات الكهربائية المنزلية تبتكر موديلات دائماً ، ودول اخرى لا تصمم لشيء جديد ، وانما تطور تلك الموديلات الاصلية وتغير بعضاً من ملامحها لتصنع عليها علامة تجارية لموديل جديد .

ولقد تحول عامل الاتقان في تصميم وتصنيع المنتج المقلد احد الاسباب التي يأخذها المستهلك او المتلقي في التعامل مع التصميم ، وفي ضوء ذلك تمتعت بعض المنتجات بأفضلية واضحة عن البعض الاخر نتيجة الفكرة التصميمية الناجحة للمصمم أولاً ، ونتيجة لإتقان صناعتها ثانياً .

وليس من الضروري ان يكون المتلقي حاملاً نفس القدرات الفكرية او الفنية للمصمم من اجل الانتفاع بتصميمه وبهذا الصدد يقول (دوكاس) : " ان المتلقي غير ملزم على أي نحو لتشكيل تجربة على نمط تجربة الفنان " (p.212) .  
( Duferene ) .

### الخداع والتزوير في تنفيذ التصاميم

في العديد من السلع الاستهلاكية (ومنها الاجهزة الكهربائية) يوجد تقليد لتصاميم اصيلة اعتاد الناس اقتنائها بعد الثقة الكبيرة التي اكتسبتها من خلال جودتها وكفاءتها ، فيسعى العديد من المنتجين الى تزوير انتاجهم للاقتداء بنفس الشكل الخارجي للنماذج الاصلية ، بل واحياناً بتسمية قريبة من التسمية القديمة وربما يؤدي الى اخفاء الحقيقة على الناس في ترويج مستوى نقعي رديء من خلال تسويقها وما يترتب عليها من جدوى اقتصادية (الحسيني ، ج2، ص44)  
ان الغش الصناعي والتجاري للمنتجات المقلدة الرديئة يشمل العديد من الاجهزة المنزلية المختلفة ، فهناك منافذ تجارية ليست بالقليلة تباع سلعاً كهربائية ومنزلية مقلدة ومغشوشة ، لم تخضع في تصنيعها للمعايير المعتمدة دولياً ، ويكاد

التوجهات التصميمية للمنتج المقلد ومنافسة الأصيل..... عبد الخالق سمين فتاح

يكون منشأها غير معلوم . وسعيًا وراء تنفيذ تصاميم جيدة بكلف قليلة يعتمد الكثير من المنتجين الى الاستعاضة عن المواد الاصلية ببدائل اقل كلفة وجودة ومثانة ، كما في المعادن واللدائن والعديد من المواد الاخرى وعند ذلك يبدأ الاهتمام بالشكل بصورة أكبر من اجل بقاء مظهر التصميم بالمستوى المقبول .

فالمواد البلاستيكية الرخيصة يمكن إكسابها مظهرًا لنفس المعادن من خلال طلائها بالوان المعادن المطلوبة ... وهكذا ، وبهذا فان الكلف المترتبة على الانتاج تقل الى حد كبير لأجل تحقيق اعلى الارياح ، كما تعوض هذه الطريقة نقص مواد الخام ، وارتفاع اسعارها ، او تساعد الجهة المنتجة على تنفيذ تصاميم يصعب تصميمها ، او تنفيذها بالمواد الاصلية ( Levi ,P.232) .

وتعتمد الشركات المصنعة طرائق مختلفة لتمرير بضائعها المقلدة ، الاولى عن طريق التقليد الكامل للمنتج حتى في مغلفه واسم علامته التجارية وتدوين بلد المنشأ لتبدو كأنها اصيلة تباع بنفس اسعارها ، اما الطريقة الثانية فهي تصنيع منتج مشابه للأصيل من دون ذكر اسم الشركة المنتجة او منشئها ، وطريقة اخرى تتمثل في تغيير او تبديل حرف واحد من اسم العلامة التجارية الاصلية كنوع من انواع الخداع التجاري ، وهناك طرائق اخرى غيرها . واحيانا بسبب دقة الغش بات المستهلك لا يعرف حقيقة المادة التي يقتنيها .

من الاسباب الرئيسية التي تدفع بعض شرائح المجتمع (لاسيما محدودة الدخل) لاقتناء البضائع المقلدة ، شعور نفسي يطلق عليه اقتصادياً مصطلح ( التقليد والمحاكاة ) أي محاولة بعض الناس مواكبة اخر المواضات والصرعات التجارية ، من خلال شراء مثيلاتها المقلدة واستفزت الازمة الاقتصادية الاخيرة وتردي الاوضاع المعيشية لكثير من شرائح المجتمع العالمي في ظل ذلك ، واندفعت بعض الشركات المتخصصة بصناعة السلع المقلدة ، لاسيما في دول الشرق الاقصى وغيرها من الدول الاخرى في العالم الى ضخ المزيد من سلعها وبضائعها المقلدة الى الاسواق العالمية ، لإشباع وسد تلك الرغبات . عندما يهتم المستهلك باقتناء منتج أصيل ، فهو لا يقتنيه لخصائصه المادية فحسب ، بل يقتني انطباعه عن المنتج أيضاً ، والذي يتجسد في الصورة التي يتخيلها عنه جراء مشاهدته له أو سماعه عنه كالاسم التجاري المميز ، أو الشهرة أو خدمات ما بعد البيع .

الفصل الثالث : اجراءات البحث

\* منهجية البحث : اعتمد الباحث المنهج الوصفي في تحليله عينة البحث .

\* مجتمع البحث وعينته : اشتمل مجتمع البحث على نماذج من الاجهزة الكهربائية المطبخية والمعروضة في المحلات المتخصصة ببيع الاجهزة الكهربائية . واختير أنموذجين من ماكينة هرس الطعام بشكل قصدي أحدهما أصيل والاخر مقلد لإجراء مقارنة بينهما .

\* اداة البحث : بناء استمارة تحديد محاور التحليل الخاصة بتحليل نماذج العينة ، وفقاً لما ورد في الاطار النظري ، والمعلومات المستخلصة من خلال المسح الميداني .

الفصل الرابع : وصف وتحليل النماذج

وصف وتحليل الانموذج رقم ( 1 )

الوصف العام :

\* نوع الجهاز : ماكينة هرس الطعام ، شكل رقم (1) .

\* العلامة التجارية : مارشال MARSHAL

\* المنشأ : جمهورية الصين الديمقراطية الشعبية .



شكل رقم (1)

\* الفئة : منتج مقلد\*

\* اللون : رمادي ، اسود .

\* الخامة المستخدمة في التصنيع : المطاط ، اللدائن ، الحديد ، الستانلس ستيل .

### 1- الخصائص الشكلية ودورها في تعزيز جمالية المنتج .

الهيئة العامة للأنموذج مكونة من قطعتين ، لكل واحدة منها شكلها ووظيفتها المحددة الخاصة بها . ادخل المصمم بعض الخطوط على محيط الجزء العلوي من الامنموذج بشكل خدوش طولية وبمسافات بينية متساوية لإضافة نوع من الحركة على التصميم العام ، شكل رقم (2) .



شكل رقم (2)

ادى تداخل مجموعة الهرس (الجزء الاسفل من الامنموذج ) وفق تكوين متداخل مع تركيب لدائي بشكل انسيابي الى الاعلى لتكوين الحدود الخارجية للأنموذج .

حقق التباين اللوني والملمسي للمادة اللدائية من جهة ، ومادة (الستانلس ستيل ) من جهة ثانية لهيأة الامنموذج الانسجام الشكلي والتوافق اللوني والملمسي مما زاد الاحساس بجمالية هذه التكوينات من قبل المتلقي ، على الرغم من تباين المواد الداخلة بتكوين هيأته العامة

### 2- الابعاد الوظيفية وعلاقتها بإخراج المنتج.

الهيئة العامة للأنموذج عبرت بشكل واضح عن مفهومها الوظيفي والادائي، وعززت اتجاهات خطوط التصميم بتقديم دلالات واضحة عن ماهية استخدام الامنموذج (والمقصود بها هنا عملية هرس الطعام) ، من خلال دوران الشفرات اسفل تكوين الامنموذج والتي تأخذ حركتها الدورانية من المحرك الموجود اعلى التكوين ، ومن خلال دوران هذه الشفرات يتم حصر الطعام في حيز محدد وفي الفضاء الخاص بهذه الشفرات لتقوم بتفتيته الى قطع صغيرة ، شكل رقم (3) ، شكل رقم (4) .



شكل رقم (4)



شكل رقم (3)

\* تم تصنيف هذا الامنموذج ضمن فئة المنتجات المقلدة ، لكونه مقلد لنموذج اخر اصيل مطروح سابقاً في الاسواق المحلية من قبل شركة براون ( BRAUN ) الالمانية ، وهو يحمل هيئة وشكل مشابهان الى حد ما هيئة وشكل المنتج الاصيل ، فضلاً عن تقديمه نفس الاداء الوظيفي ولكن بجودة مختلفة .

ولكن الملاحظ في هذا النموذج ان الشفرات غير قادرة على اداء عملها بدقة بسبب تعرضها للانحراف وباستمرار عن مركزها وما يترتب عليه من عدم امكانيتها اتمام عملية هرس الطعام بشكل دقيق .  
ان استخدام مادة (الستانلس ستيل ) وتوظيفها في بعض تكوينات النموذج يعتبر ظاهرة صحية ، لما لهذه المادة من مزايا تؤهلها لتكون في صدارة المواد المصنعة والتي لها مساس مباشر بطعام الفرد .  
الخطوط المحفورة على محيط الجزء العلوي للنموذج لها دور مميز كونها حوزز تمنع انزلاق يد المستخدم عند اشتغاله بالجهاز ، فضلاً عن جمالية تشكيلها .

زر التشغيل وزر سرعة التريو مصممين ليكونا قريبين من ابهام المشغل وفق تصميم مناسب. هيئة النموذج الانسيابية والتي خضعت لمعالجات تصميمية مختلفة خالية من أية عيوب او أعراض قد تعيق اداؤها الوظيفي ، شكل رقم (5). كل هذه الامور جعلت النموذج مقبولاً الى حد ما للاستخدام المنزلي ، مع الاخذ بنظر الاعتبار وزنه وامكانية حمله دون عناء اثناء الاستخدام .



شكل رقم (5)

### 3- الجودة والمتانة في تصنيع المنتج

ان ما قام به المصمم من اختيار نوعية رديئة من المادة اللدائية في صناعة بعض وحدات هيئة النموذج كان سبباً مهماً في ضعف الانسجام وضعف توازنه اللوني الموظف لشكل النموذج وادى الى ضعف الاحساس بجمالية تكويناته بسبب تأثر طبقة الطلاء المغلفة لماده اللدائن بظروف الاستخدام والبيئة المحيطة وعلى الرغم من اختيار المصمم لمادة (الستانلس ستيل ) ليتمكن من خلالها من تصنيع بعض الوحدات التصميمية للنموذج لما تحمله هذه المادة من خصائص وصفات تميزها عن بقية المواد المستخدمة في المجالات الغذائية الا انه فشل في نواحي عدة منها اختياره السيء لسلك هذه المادة والتي دخلت في تصنيع معظم الجزء السفلي من النموذج ، فكان السلك دون الحد المناسب وما سببه ذلك من ضعف متانة النموذج . ومن الاسباب الاخرى التي ادت الى تردي جودة النموذج قيام المصمم بوضع صفيحة لدائية دائرية أعلى شفرات القطع والهرس والمصنوعة من مادة الستانلس ستيل وتم تثبيت هذه الصفيحة بثلاث مسامير محورية ، شكل رقم (6)



شكل رقم (6)

فعند عمل الجهاز فأن المواد الغذائية سوف تحتك بهذه المسامير وهي عملية مرفوضة صحياً لإمكانية بقاء بعض المواد الغذائية فوق المسامير المحورية حتى وان تم تنظيفها بعد انتهاء العمل بها . اما جودة النموذج فلم تكن بالمستوى المطلوب فانحراف شفرات القطع عن مركزها باستمرار ، فضلاً عن سوء عملها بسبب قصر اذرع الشفرات وعدم حساب زوايا ميلها القاطعة بصورة علمية صحيحة كل ذلك ادى بالتالي الى اهتزاز شفرات القطع اثناء العمل ، مما ينجع عنه انتقال هذا الاهتزاز (والذي سيتضاعف بدوره عند اختيار العمل بالسرعة العالية) وهكذا سينتقل هذا الاهتزاز الى يد المستخدم فيكون عائقاً امامه لإنجاز العمل ، ناهيك عن الضرر النفسي السيء الذي سيلحق به .



السلك الكهربائي الذي يوصل القوة الكهربائية من مصدر الطاقة الى النموذج لتشغيله كان دون المستوى المطلوب ومصنوع من نوعية رديئة ولا يتحمل التشغيل لفترة طويلة فهو يسخن باستمرار ، مما يعرض ماشة التثبيت التي تدخل بالقابس الكهربائي أو مصدر الطاقة للاحتراق والتلف ، شكل رقم (7) .



شكل رقم (7)

متانة ربط الجزء العلوي للنموذج ( الذي يحوي المحرك الكهربائي داخله ) مع الجزء السفلي ( الذي يحوي بدوره الهيكل المعدني وشفرات القطع ) لم يكن بالمستوى المطلوب فتثبيتها يتم من خلال تدخل سن ملولب لدائني في الجزء العلوي من النموذج ، شكل رقم (8) ، داخل تجويف مسنن مقابل له في الجزء السفلي من النموذج ، شكل رقم (9) .



شكل رقم (9)

وهذا الربط وان كان ثابتاً ومستقراً ظاهرياً ، الا انه يكون معرضاً للرخاوة والفتح اثناء الاستخدام دون علم المستخدم ، مما يتسبب بأشكل رقم (8) نخدم على حد سواء وهذه من الاولويات المهمة التي كان على المصمم الصناعي الوقوف عندها والتفكير بها بإمعان لضمان تقديم نموذج بجودة وأمان كبيرين .

## وصف وتحليل النموذج رقم (2)

### الوصف العام :

\* نوع الجهاز : ماكينة هرس الطعام ، شكل رقم (10) .

\* العلامة التجارية : براون BRAUN

\* المنشأ: جمهورية المانيا

\* الفئة : منتج اصيل\*

\* اللون: ابيض ، رمادي غامق

\* الخامة المستخدمة في التصنيع : المطاط ، اللدائن ، الستانلس ستيل

### 1- الخصائص الشكلية ودورها في تعزيز جمالية المنتج

نجح المصمم في اختياره لمادة اللدائن بلونها الابيض الناصع ولملمسها الصقيل لمعظم التكوين العام للهياة ، شكل رقم (11) ، فيما ادخل مائه اللدائن بلونها الرمادي الغامق وبلمس خشن لبقية الاجزاء ، شكل رقم (12) .



شكل رقم (10)

\* تم تصنيف هذا النموذج ضمن فئة المنتجات الاصلية ، كونه منتج من قبل شركة براون ( BRAUN ) الالمانية المعتمدة عالمياً .



شكل رقم (12)



شكل رقم (11)

وأضفى هذا التباين اللوني والملمسي حالة من التوافق والابهار الذوقي والحسي لدى المتلقي ، نتيجة تأثيرات الانعكاسات الضوئية وقيمتها على سطوعها ، فتارة تنعكس من على السطوح الصقيلة اللقاعة ، وتارة اخرى تشتت وتخبو بين طبقات السطوح الخشنة غير اللقاعة فضلاً عن التباين اللوني الصريح لأشكال هذه الوحدات نفسها .

نجح المصمم الصناعي من جديد في اختياره لمادة ( الستانلس ستيل ) بخصائصها الفريدة وبتشكيلاتها المتنوعة في تكوين باقي وحدات الهيئة التصميمية للأ نموذج ، فالتكوين النجمي المعدني المقلوب ، شكل رقم (13) ، والذي يجوي داخله شفرات القطع ، شكل رقم (14) .



شكل رقم (14)



شكل رقم (13)

وجاء تصميمه بشكل منسجم مع التكوين اللدائني اعلاه والذي يجوي داخله محرك التدوير ، فالاثنان منسجان ومتداخلان بتوازن واضح يبرر المتلقي ويعود بالنتيجة الى رشاقة وجمال التصميم ، فضلاً عن ما تحمله مادة ( الستانلس ستيل ) من خصائص تعبيرية لخامة أصيلة ، وما تحمله من خصائص إيهاميه لتغييرها لانعكاسات حركة الاشياء والشخص والقرية منها وحولها ، فهي بتغير دائم وهي تعكس بدورها حركة دينامية متحررة أضفت على نفسها صفة التجدد المتواصل.

**2- الابعاد الوظيفية وعلاقتها بإخراج المنتج .**

هيئة النموذج بإشكالها المتنوعة وتصميمها الرشيق توجي بشدة ودلالة واضحة الى ماهية وظيفة النموذج ، استطاع المصمم ان يوفق بين وظيفة النموذج وإدائته بعملية إخراج رائعة تمكن من خلالها من إغناء البعد الوظيفي بالعناصر المناسبة والمختارة بدقة لإضفاء صفة التميز والقابلية على الاستمرار الزمني .

ابتعد المصمم عن استخدام اي نوع من الطلاء لأكساء الوحدات اللدائنية للنموذج وبهذا استطاع الابتعاد عن احدى العيوب التي قد تظهر نتيجة الاستخدام والتي تؤثر بدورها على شكل النموذج العام ، فضلاً عن تأثيراتها الحسية الاخرى .

المادة اللدائنية الموظفة في تصنيع النموذج حملت اعلى درجات الكفاءة لضمان تقديم وظيفة بأفضل صورة ممكنة ، فسمك المادة ونوعيتها الجيدة استطاع المصمم استغلالها لتقديم نموذج متميز ، فضلاً عن توظيف المصمم للملمس الخشن للمادة اللدائنية في اعلى النموذج لمنع انزلاق يد المستخدم عند ادائه العمل .

وكما هو واضح من التصميم فإن النموذج يمكن تشغيله بيد واحدة فقط ، فعمله وتشغيله وتبديل سرع دوران محركه يتم بسهولة ويبد واحدة ، وهذا قمة الابداع في العمل المصمم ، فمسكة او قبضة النموذج واقعة في جزئه العلوي

وهو يجوي ازرار التشغيل ، شكل رقم (15) ، وعتلة تبديل السرعة ، شكل رقم (16) ، وبداخلها يكمن محرك الدوران الكهربائي وهو مخفي تماماً عن الانظار ومؤمن من أي ضرر خارجي قد يصيبه ، ومنه تنتقل الحركة الدورانية الى شفرات القطع اسفل تكوين النموذج من خلال قضيب من مادة (الستانلس ستيل )



شكل رقم (16)

شكل رقم (15)

تم تصميم شفرات القطع بشكل خاص وبزاويا حادة ، فعند دورانها يمكنها تحويل قطع الطعام الى قطع صغيرة جداً ، والتي يمكن تحويلها فيما بعد الى سائل كثيف عند استمرار العمل بعملية الدوران .

ان عملية اخراج المنتج ودراستها بدقة وتوافقها بانسجام مع المحددات الوظيفية التي تحكمها تُعدُّ من الاسباب الفاعلة لنجاحه ، وهذا هو بالضبط ما قام به المصمم الصناعي بتقديمه لهذا النموذج ، وليضفي عليه قيمة اعتبارية وجالية وليكون نقطة جذب وانتباه للمتلقي والمستخدم على حد سواء .

### 3- الجودة والمتانة في تصنيع المنتج .

ان انتقاء المادة المناسبة في تصنيع هيئة النموذج وجودتها من أولى المهام التي يضعها المصمم نصب عينيه ليتمكن بالتالي من توظيفها لتصنيع الوحدات التصميمية باختلاف اشكالها وانواعها ووظائفها ، وفي هذا الجانب فإن مادة اللدائن الموظفة في تصنيع النموذج على قدر كبير من الجودة والمتانة بدءاً من الملمس غير الصقيل المطلوب لإنجاز العمل الوظيفي ( موضع التشغيل وتغيير سرعة الدوران ) وانتهاءً بالملمس الصقيل لبقية اجزاء الهيئة والمطلوب لأغراض الادامة وسهولة التنظيف ، فضلاً عن خصائصه الاخرى ومنها قابليته للانعكاس الضوئي وكونه نقطة جذب وانتباه للمتلقي .

الغطاء المطاطي المغلف لأزرار التشغيل له وظيفتان اساسيتان : الاولى جمالية لكون لونه رمادي يتباين مع اللون الابيض للغلاف الخارجي للمحرك الكهربائي ، اما وظيفته الثانية فهي حمايته القسوى لمنع أي شائبه تصل الى ازرار التشغيل الكهربائية ، وهو من احد الشروط الواجب توفرها لتعزيز جودة المنتج من نواحي السلامة والامان .

مادة (الستانلس ستيل ) لها حضور كبير في تصميم هذا النموذج ، ومن شروطها الاساسية أن تكون صقيلة الى درجة كبيرة يسهل عندئذٍ استخدامها بأواني الطعام دون التصاق أي مادة غذائية بها ، ولسهولة تنظيفها وادامتها عند الانتهاء من العمل .



شكل رقم (18)



شكل رقم (17)

السلك الكهربائي وماشية التثبيت اللذان يجهزان الانموذج بالطاقة مصنعان من نوعية تمتاز بالجودة والمتانة العالية ، وهما بذات الوقت يتحملان فترات التشغيل الطويلة دون أن يسخنا ، شكل رقم (17) ، وهذا يمنع تعرض بقية الاجزاء المربوطة معها لأي ضرر كان شكل رقم (18) .

اما عن طرائق ربط وحدات الانموذج ونوعيتها فلم يتم استخدام أي نوع من المسامير المحورية للربط ، بل تم تجميع الوحدات وربطها من خلال عملية تعشيق وانطباق بروزات متقابلة من داخل كل جانب مطلوب ربطه أو تثبيته ، وهذه الطريقة تعطي ثباتاً واستقراراً كبيراً للوحدات المربوطة مع بعض ، وضماناً لعدم رخاوتها عند الاستخدام لفترات طويلة ، فضلاً عن اضافة جمالية أخرى لهيأة الانموذج من خلال إنسيابيتها دون تشويه من اي عائق ، او نقطة تثبيت بالمسامير المحورية أو غيرها .

اما عن طريقة ربط الجزء العلوي للأنموذج الذي يحوي محرك التدوير الكهربائي شكل رقم (19) ، بالجزء الاسفل الذي يحوي الهيكل المعدني وشفرات القطع ، شكل رقم (20)



شكل رقم (20)



شكل رقم (19)

فيتم ذلك من خلال بروزات لدائبيه موجودة في الجزء العلوي للأنموذج ، وعند التثبيت تنطبق هذه البروزات في تجاويف محددة ومعدة لها في الجزء السفلي من الانموذج ، ويمكن فصل الجزأين بسهولة وسرعة كبيرة من خلال الضغط على زرّين صغيرين في جانبي الجزء العلوي للأنموذج .

الفصل الخامس : النتائج والاستنتاجات

## النتائج

1. اشترك الأنموذجين من خلال توظيف التباين اللوني والملمسي لأشكال هيأتها مما أضفى عليها حالة من الجذب واسهمت بإثارة انتباه المتلقي .

2. إشراك مادة (الستانلس ستيل) لهيأة الانموذج الاصيل بصفاتها الملمسية والمظهرية ومقاومتها للظروف البيئية واستخداماتها الصحية عزز من نواحيه الجمالية والتعبيرية ، فيما كان تمثيله ضعيفاً للظروف البيئية والاستخدامية للأنموذج المقلد بسبب استخدامه كطلاء من خلال عملية الطلاء الكهربائي لبعض اجزاءه .

3. المعالجة الدقيقة والانهاء السطحي لهيأة الأتمودجين ، بالطرائق والاساليب الفنية عززت من نواحي السلامة والامان ، فضلاً عن اعتبارها مؤشرات لاستجابات جمالية مؤثرة في نفس المتلقي .
4. الاستخدام الدائم للمنتج الصناعي والذي تم توظيف خامات بنوعية رديئة (لدائنية ، معدنية) لتصنيع وحداته المصممة فأنها تكسبه شكلاً مشوهاً وتضعف متانته ، فضلاً عن تقليل عمره الافتراضي وفقر المستخدم عنه ، كما في الأتمودج المقلد ، فيما تم توظيف نوعية جيدة من مادة اللدائن في بقية اجزاء الأتمودج الاصيل .
5. تم تطبيق عوامل الجودة والمتانة بصورة جيدة في الأتمودج الاصيل فيما كانت تطبيقاتها ضعيفة في الأتمودج المقلد .
6. حقق تصميم هيأة الأتمودج الاصيل الاداء الوظيفي والاستخدامي بصورة جيدة ، فيما كان الاداء ضعيفاً للأتمودج المقلد .

### الاستنتاجات

1. التوظيف المناسب لكل من مادة اللدائن ، ومادة الستانلس ستيل ( لما لها من صفات عديدة تميزها عن بقية المواد والخامات الاخرى من النواحي الصحية والاستخدامية ) ، تم بكفاءة في الأتمودج الاصيل ، فيما كان تأثيره ضعيفاً في الأتمودج المقلد .
2. لا يتحقق الاداء الوظيفي والاستخدامي للمنتج الصناعي بدقة وكفاءة دون تحقيق أعلى درجات الجودة والمتانة في تصميمه ، وهذا ما يفتقد إليه المنتج المقلد .
3. التباين اللوني والملمسي لتصاميم وحدات هيأة المنتجات الصناعية تضفي حالة من الجذب وشده انتباه المتلقي إليها ، وفي هذا الجانب قد تتفوق أحياناً المنتجات المقلدة على الاصيلة بأشكالها وألوانها الجذابة ، لان اولى استراتيجياتها هو غزو الاسواق بمنتجات تغري المستهلك باقتنائها .
4. طلاء المنتج الصناعي كهربائياً (بالأصباغ ، أو بالمعادن ) وفي غير غايته النبيلة ضمن مراحل إنتاجه يعزز من مظهره ويكسبه شكلاً يشد انتباه المتلقي إليه ، وهو بذات الوقت عنصر غش واحتيال سرعان ما ينكشف عند استخدام المنتج ( ويقصد به المنتج المقلد ) بعد فترة من الزمن .
5. الكلفة الواطئة نسبياً للمنتجات المقلدة ، يسهم بترويجها على نحو واسع لتكون عملية تغييرها بالتالي من قبل المستهلك في حالة عطلها وارادة ومقبولة .

### قائمة المصادر

1. احمد عوض ، دراسات بيئية ، دار نوبار للطباعة ، القاهرة ، مصر ، 2002 .
2. الازهري ، محي الدين واخرون ، مبادئ التسويق ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، مصر ، 2001 .
3. أكرم ناصر ، الجودة ودورها في التنمية الاقتصادية ، مكتبة البحوث ، دمشق ، سوريا ، 2006 .
4. الحسيني ، اياد حسين عبد الله ، فن التصميم (الفلسفة ، النظرية ، التطبيق) ، ج2 ، دائرة الثقافة والاعلام ، الشارقة ، الامارات العربية المتحدة ، 2008 .
5. جعلاني ، لاد ، سياسة المنتج في المفهوم التسويقي ، مكتبة البحوث ، بيروت ، لبنان ، 2006 .
6. جيروم ستولنتر ، النقد الفني ( دراسة جمالية وفلسفية ) ، ت: فؤاد زكريا ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، لبنان ، 1981 .
7. روب سميس واخرون ، التجارة الالكترونية ، ت:خالد العامري ، القاهرة ، مصر ، 2000 .
8. سامح سعيد عبود ، تقدم علمي - تأخر فكري ، دار الحرية للطباعة ، مصر ، 2007 .

التوجهات التصميمية للمنتج المقلد ومنافسة الأصيل..... عبد الخالق سمين فتاح

9. السيد ، ياسين ، تحليل ثقافي للمجتمع الاستهلاكي ، جريدة الاتحاد ، العدد 12084 ، ابو ظبي ، الامارات العربية المتحدة ، 2008/8/5 .

10. محمد دياب ، المنتج الصناعي ، المعهد المتخصص للصناعات الهندسية ، مركز التنمية الصناعية للدول العربية ، بغداد ، 1974 .

11. وميض عبد الكريم محسن ، ثقافة الاستهلاك ودورها في المنتج الصناعي المعاصر مجلة الاكاديمي ، العدد 53 ، 2010 .

12. Dufereine , M , **The phenomenology of Aesthetic Experience** Translated by : E. Casey et al. Evanston , Northwestern university press , 1973 .

13. Jones J. Christopher , **Essay in Design** , John Wiely & Sons Academy Edition , Great Britain , 1984 .

14. Levi , D. Siem , C. & Young , **A Using Employees Participation to Implement Advanced Manufacturing Technology** , International Journal of Human Factors in Manufacturing , 1991 .

### Summary of the research

The problem of the research represented by knowing the approaches which presented by knowing the design guides and the design styles which the imitation products enter upon it to be able to competitor the other original products .

The research aim was to comparison the design approaches of the functional performance and the utilizations for the imitation and the original products , however the research limits contained study products samples of the kitchen electric equipments which available in local markets of Baghdad city for the period (2000 – 2013) .

After the view of research back for the subject fundamental basics and investigating research sample to be complete to a group of results and conclusions and the most marked of her were :

1. The suitable employment for both of the plastic and stainless steel materials (which they had many specifications distinguishing it from other materials from the healthy and the employment matters) swan efficiently in original samples , and its effect was not weak in imitation samples .
2. The chromatic difference and touches for determinations of industrial product units warps with a solver from the attraction and making attention of the receiver firm , and may be the imitation products will surpass sometime the original by her shapes and its attractive colors .