



Journal of Applied
Arts & Sciences



مجلة الفنون
والعلوم التطبيقية



لعب الأطفال المستمدة من التراث المصري بين الإنتاج والتسويق. Children's Toys Design Inspired by Egyptian Heritage between Production and Marketing

أية محمد راضى الأدهم^١ - حاتم محمد إدريس^٢ - هيثم إبراهيم الحديدي^٣

(١) مدرس مساعد بقسم التصميم الصناعي - كلية الفنون التطبيقية - جامعة دمياط

(٢) أستاذ إدارة الإنتاج بقسم الملابس الجاهزة - عميد كلية الفنون التطبيقية - جامعة دمياط

(٣) المدرس بقسم التصميم الصناعي - كلية الفنون التطبيقية - جامعة دمياط

ملخص البحث.

تعد الثروة البشرية عنصرا هاما وفاعلا في الاقتصاد القومي، ويتمحور البحث حول تصميم المنتجات المستمدة من التراث المصري، حيث يحتاج المنتج المصري الي الكثير من المقومات لكي ينمو ويحقق الاستمرارية في السوق المحلي، ولكن هناك بعض المنتجات التي لا تحظى بالثقة المطلوبة من قبل العملاء المحليين لافتقارها إلى عنصرين أساسيين وهما اتباع نظم الجودة والمواصفات القياسية، واتباع الخطط التسويقية الجيدة. يظهر دور المصمم الصناعي نحو دراسة تلك المشكلة لإيجاد بدائل الحلول المناسبة لها، ويأتي ذلك بالتزامن مع القرارات الاقتصادية التي تحد من الاستيراد لكافة المنتجات التراثية؛ والتي تمثل الفرصة للمنتجات المصرية لاستعادة الثقة بين المستهلك والمنتج المصري.

تصنف الألعاب بالنسبة للأطفال فمنها ما هو مهم لتربيته وتعليمه وترسيخ قيم الانتماء لديه، ومنها ما يعمل على تحديد وجهته الفكرية مستقبلا، ولذا يركز البحث على منتجات لعب الأطفال نظرا لاستيرادها الكثيف من الخارج. الأمر الذي يؤدي إلى عدم ترسيخ الهوية المصرية داخل عقول الأطفال المصرية، فكل الألعاب الموجودة في الأسواق ما هي إلا تجسيد لأفلام الكرتون التي يشاهدها الأطفال والتي تكتسب الطابع الأجنبي والذي يختلف اختلافا كبيرا عن الطابع المصري. وبعد الاهتمام بتصميم منتجات مستمدة من التراث المصري يمكن أن تكون نواة جيدة لتسويق المنتجات المصرية بشكل عام ومنتجات لعب الاطفال بشكل خاص؛ مما يؤدي إلى تعميق الفكر المصري وترسيخ عقيدة الهوية المصرية.

الكلمات الدالة

لعب الأطفال - التسويق الابتكاري - التراث المصري - التصميم المتزامن - التصميم التفاعلي.

المقدمة

ولقد قام بعض المصممين المصريين بعمل تجربة جديدة وفريدة بشأن تصميم فوانيس رمضان من الخامات المحلية، ويوضح الشكل التالي ثلاث صور لفوانيس ذات طرز مختلفة، حيث تشير الصورة رقم (١) إلى الفوانيس الخشبية ذات الطابع المحلي. والتي لاقت الكثير من القبول عند شرائها بسبب تصميماتها الفريدة وعلاوة على التنوع اللوني الكبير المتاح منها، وكان في السابق كل ما هو متاح في السوق المصري من الخارج، كما هو موضح بالصورة رقم (٢)، فيما عدا المصنعة من خامات النحاس ذات التكلفة العالية، كما هو موضح بالصورة رقم (٣).

إن الثروة البشرية تعد من أهم مقومات الاقتصاد المصري إذا ما استغل بالشكل الأمثل، فيبلغ عدد سكان مصر حوالي 104 مليون نسمة ويبلغ عدد الشباب ٢١,٧ مليون نسمة من هذا التعداد وبالمقارنة أيضا بعدد الأطفال والذي يتراوح عددهم ٣٢,٥ مليون نسمة، فإن ذلك يعد نواة لتحسين الاقتصاد المصري من خلال خلق سوق جديد لمجال لعب الأطفال والذي بدوره يدعم الصناعة المصرية إذا ما تم عمل منتجات تحقق متطلباتهم وذلك من خلال تسليط الضوء على منتجات لعب الأطفال ذات الطابع التراثي.



صورة (٣)



صورة (٢)



صورة (١)

شكل (١) ثلاث صور لأشكال مختلفة من الفوانيس

المشهوره) والتي لاقت نجاحا هائلا في الأسواق الخارجية؛ حيث تجسد سمات الحضارة الفرعونية بلامح شخصياتها، ويوضح الشكل التالي رقم (٢) صورة لذلك.

وكما أن هناك تجارب تسويقية ناجحة اعتمدت على استخدام الطابع المصري في تصميم منتج العاب الاطفال. كما في المثال التالي من شركة لاتيدول LatiDoll (وهي شركة كورية مختصة لتصنيع خطوط انتاج العرائس



شكل (٢) دمي فرعونية من شركة لاتيدول.

في دعم تسويق الثقافة البيئية والتراث المصري فضلاً عن تطوير عقول الشباب والأطفال، والعمل على تلبية حاجاتهم ورغباتهم بشكل مباشر، ويوضح الشكل التالي رقم (٤) أهمية التسويق الابتكاري لمنتجات لعب الأطفال المستمدة من التراث المصري حيث أنها: (سليمانى محمد: ٢٠٠٧م)

- قضية قومية للنهوض بالصناعات المصرية.
- تربية النشأ على الانتماء وحب الوطن.

ويتضح لنا أن التراث المصري غني بالكثير من المفردات والتي يمكن أن نخرج منها بالكثير من التصميمات المتنوعة والمستمدة من التراث المصري المتنوع بدءاً من الحضارة الفرعونية، القبطية، الإسلامية، والفن الشعبي الممثل في الحياة اليومية، ولذلك يمكن استخدام مجال التسويق الابتكاري

- إيجاد فرص عمل جديدة للمصمم الصناعي المصري.



شكل رقم (٣) أهمية التسويق الابتكاري لمنتجات لعب الأطفال المستمدة من التراث المصري

مراحل التسويق لها وصولاً إلى التنافسية العالية لها بالسوق المحلي والإقليمي.

١/١- التراث المصري.

التراث المصري له هوية خاصة تميزه عن غيره ويظهر ذلك في أشكاله المتعددة وإنتاجه بمختلف أنواعه (فالتراث مخزون حضاري موروث ناتج عن محصلة تفاعل الإنسان في المكان والزمان المرتبط بفكر وعقيدة الجماعة ويشمل كل أساليب التعايش الحياتية وأساليب الإنتاج الفكري والقيم والعادات والتقاليد وتمتد مصادره إلي الثقافات الأخرى). (ثرثيا يوسف: ٢٠١٨م)

فالتراث المصري مادة خصبة يمكن الاستناد عليه والاقتراس منه في بلورة الابتكارات والتصميمات الخاصة بلعب الأطفال والتي سوف تتوافق مع متغيرات العصر والتي تحافظ على الهوية المصرية وتدعو للمحافظة عليها وتطويرها، حيث يكمن في التراث المصري سحر يبعث على التعايش مع جمالياته التي تعزز واقع الهوية في كيان مستحدثات العولمة، حيث تحوي مفرداته بجميع أنواعه التوافق الجمالي الذي يعد أحد مداخل النسق الحضاري بل ومحور تطوير السياق الفلسفي لجمالياته.

وينقسم التراث المصري إلى تراث فرعونى، تراث قبطني، وتراث اسلامي

١/١/١- التراث الفرعوني:

يعد التراث الفرعوني هو المحدد الأساسي للهوية المصرية، حيث اهتم المصري القديم بتسجيل كثير من الحرف على جدران المعابد والمقابر، وكذلك الأنشطة الحياتية المختلفة كالصيد، والزراعة، وصناعة العطور، والأقمشة، والزجاج، والحريز وغيرها، ويوضح الشكل التالي رقم (٤) مجموعة من الصور والتي تشير إلى ذلك.

مشكلة البحث.

في ضوء انتشار المنتجات التراثية المستوردة من لعب الأطفال سواء منها ذات الطابع الاسلامي أو الفرعوني.. الخ؛ وجب علينا التوجه لدراسة انتاج نماذج من المنتجات المصرية التي تحمل صبغة التراث المصري الأصيل وخاصة في مجال لعب الأطفال، ويمكن صياغة مشكلة البحث في التساؤل الآتي:

هل يمكننا إنتاج منتجات في مجال لعب الأطفال من الخامات المحلية والتي تحمل الطابع التراثي المصري؟

أهمية البحث.

تتحدد أهمية البحث في إعلاء قيمة التراث المصري في منتجات لعب الأطفال والتي تؤدي بدورها إلى تعميق الانتماء الفكري لدي الأطفال والشباب، وكما تدعم زيادة التنافسية للمنتجات المصرية المختلفة بالسوق المحلي المصري والإقليمي.

هدف البحث

يهدف البحث إلى:

- وصف وتحليل لقطاع معين بالسوق المصري خاص بمجال لعب الأطفال.
- تصميم منتجات جديدة للأطفال مستوحاة من التراث المصري.
- دراسة مدى استجابة السوق المصري للمنتجات الجديدة من لعب الأطفال والتي تحمل طابع التراث المصري.

فرض البحث.

يفترض البحث دراسة مجال لعب الأطفال المستمدة من التراث المصري القديم والحديث وصولاً إلى مرحلة الإنتاج، وكذلك دعم



صورة (٣)



صورة (٢)



صورة (١)

شكل (٤) ثلاث صور لأشكال مختلفة من العرائس الفرعونية.

وهناك أنواع مختلفة من التراث الفرعوني فمنها ما يلي كما هو موضح بالشكل رقم (٥):

- الدمى الفرعونية.
- ألعاب مستمدة من الأهرامات وأبو الهول.
- الشطرنج الفرعوني



صورة (٢)



صورة (١)

شكل (٥) صور لأشكال مختلفة من التراث الفرعوني

الهندسية التجريدية فيه لا تفترق عن حيوية حضور الكائنات الأسطورية والنباتية والحيوانية معا، فهو وريث الفن المصري القديم وقرين الفن الهلينستي بعد تمثله وتقبطه، وهو سلف وثيق الصلة بالفن الإسلامي، وأخيرا فهو الفن الذي انحدر مباشرة من الهيروغليفية ؛ أي هو الفن الذي يتقدس فيه الخط، وترتفع فيه الكتابة إلي المستوي الإلهي.

وتعد نظرة العينين القبطيتين تحمل أكثر من النظر، أكثر من مجرد الرؤية، بل إنها تقتنن بالرؤيا لكنها تظل رؤيا لا تصل إلى إجابة ولا تعرف اليقين بل تسعى إلى تحقق ما يظل مستحيلا في لانهائية ولكنه دائما قائم مائل في نهايته الانسانية.

٢/١/١- التراث القبطي.

الفن المصري هو حلم ظل يراود الانسانية منذ بدايتها وحتى الأبد، حلم التماس المطلق مع ما وراء الواقع اليومي وإن ظل حلما يضرب بجذوره في الحياة بكل واقعيته العميقة التي تنبع مما هو غير قابل للتفسير.

فالفن القبطي فن شعبي أساسا وفي أنه يجمع علي نحو خاص بين الدين والمدني أو بين القدسي والأرضي، وأنه فن الجمال لا فن الفخامة؛ غهو يقطر أو يكثف وبالتالي فإنه ليس فن محاكاة للواقع بل تمثيل لجوهر الواقع وما وراء الواقع معا دون اعتبار لقواعد التناسب أو التماثل مع الطبيعة ، هذا إلي أن دور الرمز في هذا الفن حيوي يحتل بؤرة العمل الفني، ولذلك فإن التصميمات



صورة (٢) تجسد الأب مرقص الانجيلي، أيقونة رسم علي خشب جميل



صورة (١)

شكل (٦) صور لأشكال مختلفة من التراث القبطي.

- ألعاب مستمدة من الزخارف الإسلامية.
- ألعاب مستمدة من الخط العربي.
- ألعاب مستمدة من الكعبة المشرفة والمساجد.
- ألعاب بأشكال الإبل والضأن.
- ألعاب معبرة عن الأسرة المسلمة.

٣/١/١- التراث الإسلامي.

حمل العرب أنوار الإسلام إلي الدنيا ورفعوا لواء الحضارة والعلم والمعرفة قرابة ثمانية قرون وقد تركوا للمعرفة الانسانية تراثا لم تتركه أمة قبلهم، ومما لا شك فيه أننا في حاجة إلي إحياء ذلك التراث الإسلامي في جميع مناحي الحياة، وسوف نوضح بعض ألعاب الأطفال المستمدة من التراث الإسلامي، كما هو موضح بالشكل (٧):

(صلاح الشهاوي: ٢٠١١م)



صورة (٣)



صورة (٢)



صورة (١)



صورة (٦)



صورة (٥)



صورة (٤)



صورة (٨)



صورة (٧)

شكل (٧) مجموعة من الصور لألعاب مستمدة من التراث الإسلامي

٢/١- التراث الفاطمي.

بحمل الفوانيس في شهر رمضان والخروج إلي الشوارع وهم يتغنون في الشوارع وأمام المنازل ويوضح الشكل رقم (٨) أشكال فوانيس لشهر رمضان من العصر الفاطمي.

يرجع التراث الفاطمي إلى عهد الخلافة الفاطمية في الفترة (٩٠٩ م / ١١٧١ م)، ومن أهم ما ورث المصريون من التراث الفاطمي هو فانوس رمضان وانتقل هذا التقليد من جيل إلي جيل حيث يقوم الأطفال



صورة (٢)



صورة (١)

شكل (٨) أشكال فوانيس رمضان.

والأساطير، ويشتمل على الفنون والحرف، وأنواع الرقص واللعب، والأغاني، والحكايات الشعرية للأطفال، والأمثال السائدة والألغاز، والمفاهيم الخرافية، والاحتفالات والأعياد الدينية، ويوضح الشكل التالي رقم (٩) صور لنماذج من الفن الشعبي البيئي.

٣/١- التراث الشعبي.

التراث الشعبي يعبر عن عادات الناس وتقاليدهم، وما يُعبرون عنه من آراء وأفكار يتناقضونها جيلاً بعد جيل، وهو استمرار للفولكلور الشعبي كالحكايات الشعبية، والأشعار والقصائد المتغنى بها، وقصص الجن الشعبية، والقصص البطولية،

		
صورة (٣) العرائس المتحركة	صورة (٢) عروسة وحصان المولد	صورة (١) الأراجوز
		
صورة (٦) عمو فؤاد	صورة (٥) فطوطة	صورة (٤) بوجي وططم

		
		
شكل (٩) صور لشخصيات من التراث الشعبي.		

والتعرض لها والاهتمام الكامل بجمالياتها، والبحث عن حلول مستحدثة تضيف علي لعب الأطفال روح من التآلق الفني والدمج بين القديم والحديث بما يحقق مضمون جديد يتوافق مع السوق المحلي والعالمي.

يعتبر فن التصميم أحد أنواع الفنون التشكيلية، حيث يتم استثمار بعض عناصر العمل في الأعمال الفنية من هذا النوع من الفنون، مثل الفراغ، واللون، والكتلة، ويتم تجاهل عدد من العناصر الأخرى، وذلك من أجل تحقيق الأهداف التي يطمح ذلك الفن للوصول إليها. ويُقصد بالتصميم صنع الأشياء الجميلة والابتكارات التشكيلية، ويمكن أن يصدر التصميم عن عملية تخطيط متكاملة لشكل ما، وإنشائه بشكل مُرضٍ من ناحية الوظيفة والمشاعر التي يجلبها ذلك التصميم من السعادة النفسية، ويجب أن يُدرك الإنسان أن التصميم يحتاج إلى خطة كاملة من أجل تشكيل التصميم أو تركيبه، لأنه عمل يساعد على تحقيق الوظيفة والغرض المخصص له.

١/٢ - التصميم.

يعرف التصميم بأنه العلاقة بين النظرية والممارسة في أي من أشكالها. أو هو بصوره عامة ذلك المجال من الخبرة الإنسانية والمهارة والمعرفة والذي يهتم بقدرات

وخلاصة الأمر أنه مما لا شك فيه أن التراث المصري ملئٌ وغني بالأفكار التي يمكن بلورتها وتنبئها في تصميم ألعاب للأطفال والتي يكون لها من القوة الانتاجية والتسويقية ما يتوافر للماركات العالمية في ألعاب الأطفال في السوق المحلي.

ثانياً: التصميم والإنتاج والتسويق.

إن تحقيق الهوية المصرية الذاتية في تصميم لعب الأطفال من أهم القضايا التي تتطلب الدراسة والتحليل لما لها من أهمية في بلورة هوية الطفل المصري وخاصة في ظل ما نعيشه اليوم من تداخل للثقافات في ظل العولمة والتكنولوجيا الحديثة، والتأمل الواعي للتراث المصري الأصيل ومحتواه وفلسفته النابعة من فكر الفنون السابقة للوصول إلي تصميم خاص يجسد الهوية المصرية ويعبر عن ثقافتنا لكي نصل بالطفل المصري لحالة من الصدق مع الذات دون انغلاق أو نوبان في الثقافات الأخرى.

إن في التراث المصري أولي درجات السلم الذي مازلنا نحن نصعده حتى الآن، حيث أنه المرشد والمعلم لنا في شتي مجالات الحياة، ولذا فالاستعانة بالتراث المصري في تصميم لعب الأطفال يعني إحياء أصول فنون التراث

المنتجات و خفض تكاليفها وسرعة وصولها للأسواق".

٣/١/٢ - التصميم التفاعلي.

التصميم التفاعلي وجد كتصميم للسلوك الإنساني، ومرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالجوانب الإنسانية Human التقنيّة Technical والجمالية Aesthetic . (يسر الحافظ: ٢٠٠٧م)،

وهو كفـرع معرفة يقدم تعريف لسلوك المستخدمين والبيئات والنظم (ومنهما المنتجات) وبذلك فهو يهتم بما يلي:

- تعريف شكل المنتج في علاقته بسلوك المستعمل واستخدامه.
- استيعاب وإدراك المستعمل للمنتج من أول وهله، وتوقع أسلوب التعامل السليم معه، وكيفية تحقيق الوظيفة، وتوقع كيفية أن استخدام المنتج سوف يؤثر على فهم الإنسان.
- إيجاد الحوار بين المنتجات والناس والسياق (الفيزيقي، الثقافي، التاريخي).

٤/١/٢ - تصميم الاحساس والعاطفة.

" هو التوجيه الايجابي والسيطرة الفعالة مع حواس الإنسان، وذلك من خلال وظيفة وخامة وشكل ولون المنتج للوصول إلى رد فعل إيجابي القيمة للمنتج."

هذا الاتجاه من التصميم وهو تصميم الاحساس يعمل على انتاج تصميم يؤدي الوظيفة المطلوبة، وبحيث يلبي احتياجات ورغبات المستعمل، ليس لمجرد أنه يؤدي وظيفته فقط، ولكن يؤدي وظيفته وهو يحمل الطابع الانساني الذي يزيد من العلاقة بين المنتج والمستعمل، وذلك بوضع خاصية الاحساس داخل التصميم، ويكون هذا المنتج هو ناتج مزج التكنولوجيا والصناعة والحواس الانسانية.

٥/١/٢ - التصميم المستقبلي

تتنوع الدراسة في مجال التصميم المستقبلي إلى عدة أنماط وهي: (جورج عزيز: ٢٠١٤م)

- النمط الحديسي: ويستند إلى الخبرة الذاتية، ويفتقر إلى القاعدة الموضوعية

الإنسان لإدراك الشكل والترتيب والقيم والغرض والمعنى الموجود في الأشياء والنظم المحيطة به بهدف إعادة تشكيلها لتلائمه بطريقة أفضل، أو هو في معنى آخر إيجاد الحل الأمثل لبعض الوقت بما يلائم احتياجات مجموعته من الظروف. (محمد عزت: ١٩٩٩م).

١/١/٢ - التصميم الصناعي

التصميم الصناعي هو نشاط ابتكاري الهدف منه تحديد الكفاءة الشكلية للأشياء المنتجة بواسطة الصناعة. وتلك الكفاءة ليست فقط الملامح الخارجية ولكن اساسا تلك العلاقات البنائية والوظيفية والتي تحول نظام معين الى وحدة متكاملة سواء من وجهة نظر المنفذ أو المستعملين ويمتد التصميم الصناعي ليعطي جوانب البيئة الانسانية والتي تؤخذ في الاعتبار من جهة الانتاج الصناعي (ICSID).

كما أن التصميم الصناعي هو ابتكار لتصميم يلائم الاحتياجات الانسانية والبيئة بالنظر الى الوظيفة والمظهر والتكلفة) W D Cain

٢/١/٢ - التصميم المتزامن.

وقد اهتم العديد من الباحثين والدارسين والمنظمات بتقديم تعريف واضح لمفهوم التصميم المتزامن، وذلك من خلال الاتجاهات التالية:

- الاتجاه الأول: التزامن في أداء المهام.
- الاتجاه الثاني: الاعتماد علي فرق العمل متعددة التخصصات.
- الاتجاه الثالث: اتجاه مشترك بين التزامن والاعتماد على فرق العمل متعددة التخصصات.

ويمكن تعريف مفهوم التصميم المتزامن علي أنه: " منهج منظم لتطوير المنتج بطريقة متوازنة كبديل للعمليات المتتالية لتطوير المنتج بما يحقق المشاركة والاستجابة لتوقعات العملاء، ويجسد قيم فريق التصميم متقبلا جميع وجهات النظر من بداية دورة حياة المنتج (مثل: التصميم، الانتاج، التصنيع، التمويل، والتسويق)؛ وذلك لتحسين جودة

الوصول إلى النتائج المطلوبة بأفضل الطرق وأكثرها نجاحاً. إن المدخل الأساسي لعملية الإنتاج هو عملية التصميم حيث تزودها بتصميم المنتج الذي يتأثر بعدة مدخلات أهمها البيئة وبعض المؤثرات الخارجية علي المنتج، ويتأثر أيضا باحتياجات السوق ومتطلبات المستهلك، وعملية التصميم هي التي تمكن من إبداع الأفكار التي تعتبر هي القاطرة الحقيقية لعملية الإنتاج واستمرار وجود المنتج داخل السوق، وتستغرق أنشطة تجهيز المنتج للدخول إلى مرحلة التسويق وحجز حصته في السوق مدة من الزمن حسب نوعية المنتج فكل من التصميم والإنتاج لهما مقدارهما من حجم الأنشطة وكذا الزمن اللازم لإنجازها.

٣/٢- التسويق

يعتبر التسويق من الأنشطة ذات التأثير المتزايد في عالم اليوم المتغير والمتبدل والسريع التطور، فكما أن التسويق يؤدي إلى تطور المجتمعات ورفع مستوى المعيشة، فإن التطور أيضاً يؤدي إلى تعقد نشاط وظيفة التسويق.

١/٣/٢- مفهوم التسويق.

أعطى التسويق تعريفات متعددة منها ما قدمته الجمعية الأمريكية للتسويق وهو "التسويق هو العملية الخاصة بتخطيط وتنفيذ كل من المنتج وتسعير وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات اللازمة لإتمام عملية التبادل والتي تؤدي إلى إشباع حاجات الأفراد وتحقيق أهداف المنظمات". (هناك عبد الحلیم: ١٩٩٢م)

ويعرف التسويق "بأنه مجموعة من الوظائف التي تتكامل كل منها مع الأخرى والتي تتعلق بانسياب السلع والخدمات من المنتج أو المستورد إلى المستهلك الأخير Ultimate Consumer أو المشتري الصناعي Industrial Buyers ويهدف أداء هذا الوظائف إلى إشباع ورغبات وحاجات

من البيانات والمعلومات وينبثق من رؤية حدسية تعكس ذاتية المرء وخبراته الخاصة، ويقوم على محاولة تعرف التفاعلات التي تسفر عن حالة معينة يتوقعها الباحث ولا يدعي تأكدها، والحدس في هذه الحالة ليس إلهاماً، وإنما تقديراً يراه الباحث ملانماً لبعض الحالات المستقبلية.

■ **النمط الاستطلاعي:** يستشف المستقبل المحتمل أو الممكن تحقيقه من خلال نموذج واضح للعلاقات والتشابكات.

■ **النمط الاستهدافي أو المعياري:** يعد هذا النمط تطويراً للنمط الحدسي، إلا أنه يتجاوزه مستفيداً من شتي الإضافات النهجية التي استحدثتها العلوم التطبيقية والرياضية.

■ **نمط المعطيات العكسية للتاسقات الكلية:** ويركز هذا النمط في مجمل المتغيرات، في إطار موحد يجمع بين النمطين السابقين في شكل تغذية عكسية، تعتمد على التفاعل المتبادل بينهما، فلا يهمل الماضي الظاهر، ولا يتجاهل الأسباب الموضوعية التي تستند إلى البيانات والحقائق الموضوعية والبحوث المعيارية التي تولي أهمية خاصة للقدرات الإبداعية والتخيل والاستبصار، ويمثل هذا النمط خطوة متقدمة في المسار المنهجي للبحوث المستقبلية.

٢/٢- الإنتاج.

يعد مفهوم الإنتاج من المفاهيم الاقتصادية والإدارية القديمة، والذي يؤدي إلى ابتكار منافع مفيدة للناس، ويحتاج تطبيق الإنتاج في منشأة ما إلى وجود مجموعة من العمليات الإنتاجية، والتي تساهم في تحقيق النتائج المطلوبة من الإنتاج بطرق مناسبة، ويساعد ذلك في التعزيز من أهمية الإنتاج في بيئة العمل، ويعتمد البدء في تنفيذ الإنتاج على وجود نموذج تم إعداده مسبقاً، مما يساهم في

المنظمة، الهدف منه، العميل المستهدف من الابتكار)؛ وفيما يلي عرض مختصر لتلك الأنواع:

- حسب نوع وطبيعة المنتج.
- حسب نوع وطبيعة المنظمة.
- حسب الهدف التسويقي.
- حسب العملاء.

ثالثاً: تصميم لعب الأطفال المستمدة من التراث.

إن عملية تصميم أي منتج تبدأ بتحديد أبعاد المشكلة ومعرفة جوانبها وتقنين ظواهرها، ومن ثم يمكن وضع تصور مقترح بوضع الحلول لها بأكثر عدد ممكن حيث تكون تلك الحلول بين العقلانية الشديدة والتحرر ويكون التصور أكثر تحديداً من المشكلة ولكن ليس بصورة كافية؛ ولذا يتم البدء في تصفية تلك الحلول والخروج بأفكار شبه نهائية بحيث تصاغ منها الأفكار النهائية للمنتج.

وتتم معالجة الأفكار المرشحة حيث يكون للعوامل الاقتصادية دوراً هاماً في الوصول إلى تسوية أو حل وسط اقتصادي يجمع بين كل من الوظيفة والشكل والإنتاج والتسويق في عملية تقييم الأفكار المرشحة، حيث تجري بعدة طرق وأساليب حسب مقتضيات الحاجة والظروف المحيطة والإمكانيات المادية المتاحة، ونتيجة لذلك يتم اختيار وقبول فكرة واحدة تتم عليها عملية التصميم والتي تشمل إجراءات التطوير وإعداد المستندات التصميمية المطلوبة ومراجعة التصميم ومتابعة تطوره كما هو موضح بالشكل (١٠).

المستهلك الأخير أو المشتري الصناعي واحتياجاته ومطالبه وأيضاً رفع مستوى المعيشة وإلى تحقيق الأرباح للمشروع". (محمود صادق: ١٩٨٣م)

٢/٣/٢ - التسويق الابتكاري.

يعد التسويق الابتكاري موضع اهتمام الكثير من الأكاديميين والممارسين في مجال التسويق وذلك لما له من تأثير إيجابي على تحقيق الكفاءة والفاعلية وبالتالي نجاح الغرض من التسويق، ويقصد بالتسويق الابتكاري هو وضع الأفكار الجديدة وغير التقليدية موضع التطبيق الفعلي في الممارسات التسويقية؛ حيث يمكن اعتباره الاستغلال الناجح للأفكار الجديدة، كما يمكن ادخاله كنظام ويمكن تعلمه ويمكن ممارسته.

- خصائص التسويق الابتكاري.

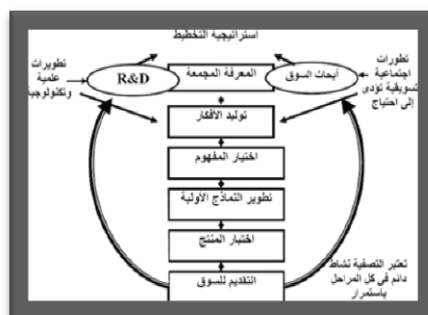
ويعرف المبتكر التسويقي بأنه الشخص الذي يتوفر لديه القدرة على التوصل إلى أفكار جديدة وغير تقليدية، ولديه الرغبة في ذلك ويستطيع أن يحول هذه الأفكار أو يساهم في تحويلها إلى التطبيق الفعلي في الممارسات التسويقية.

- لا يقف عند حد توليد أو إيجاد فكرة جديدة، وإنما يتعدى ذلك إلى وضع هذه الفكرة موضع التطبيق العملي.
- التسويق الابتكاري لا بد وأن يستغل الأفكار الجديدة بنجاح لكي يكون مفيداً.
- أن التسويق الابتكاري لا يقتصر على مجال تسويقي معين، وإنما يمتد لأي مجال أو ممارسة تسويقية، كما أن هناك العديد من الأمثلة الواقعية للتسويق الابتكاري في عالم الأعمال تعكس تطبيقه في العديد من المجالات التسويقية.

- أنواع التسويق الابتكاري.

يمكن تقسيم التسويق الابتكاري إلى العديد من الأنواع وذلك باستخدام عدد من الأسس بخلاف المجال التسويقي أو الوظيفة التسويقية، ومن هذه الأسس (نوع المنتج، نوع

- وضع طرق واجراءات تقييم أفكار تلك الألعاب.
- ضبط الوقت لتطوير الألعاب لخلق ميزة تنافسية هامة.
- إدارة عملية التخطيط بحيث تقلل من التكلفة المرتفعة والحصول على نتائج اشباع احتياجات السوق بتكلفة مقبولة للعمل علي زيادة الوضع التنافسي لها بين الألعاب المستوردة.
- مراعاة الأمان والسلامة في التصميم واختيار الخامات المناسبة.
- مراعاة أن الطفل ليس هو المشتري الفعلي للعبة.



شكل (١٠) مراحل عملية التصميم المختلفة ١/٣- الاعتبارات التصميمية في مجال لعب الأطفال.

تتطلب عملية تصميم وتطوير لعب الأطفال من التراث المصري من وجهة نظر الباحثين إلي: وضع خطة شاملة تبدأ من مرحلة التصميم ثم الإنتاج إلى التسويق الابتكاري للفكرة، وهناك مجموعة من الاعتبارات الرئيسية التي يجب مراعاتها عند التخطيط لذلك، وهي:

- وضع أفكار متنوعة لألعاب الأطفال بحيث تكون متأثرة بالتراث المصري.

٢/٣- التصميم للمراحل العمرية المختلفة للأطفال.

تختلف المراحل العمرية للأطفال من حيث المحفزات الحسية والاقترحات لكل مرحلة كما يلي، كما هو موضح بالجدول (١).

جدول (١) تقسيم المراحل العمرية للعب عند الأطفال.

م	المراحل العمرية	اسم المرحلة	نمط المرحلة	نمط الألعاب
١	يوم : ١٨ شهر	جاذبية الحواس	السمع ، التذوق ، اللمس باليد من أشكال وألوان ملونة	الألعاب الصوتية، الموسيقي، ألعاب مائية، دمي، حيوانات ملونة
٢	١٨ : ٣٦ شهر	الحركة الاستكشافية	ألعاب الحركة ، الركض، القفز، ركوب المركبات، التسلق	سيارات، شاحنات، المكعبات، الألعاب ذات القطع الصغيرة مثل الليغو
٣	٣ : ٥ سنوات	مرحلة ما قبل المدرسة	اللعـب التفاعلي الخيالي، القصص ، أفلام الكرتون	اللعـب بالطين أو الألوان، الألعاب الرياضية، ألعاب البناء أو التشكيل، التمثيل وعمل المسرحيات
٤	٦ : ٩ سنوات	مرحلة صقل المهارات	حب التجربة	الألعاب الحركية، الالكترونية، التفاعلية، الرياضة، السباحة، الألعاب المائية
٥	١٠ : ١٤ عاما	الانسجام مع المجموعة	الانضمام إلي مجموعات ممارسة الهوايات	ألعاب الكمبيوتر التنافسية، الموسيقي، الفن بأشكاله المختلفة

- ٣/٣- معايير تصميم ألعاب الأطفال.
- تحقيق الملائمة الاستخدامية من حيث: تنمية القدرات (الذهنية – الاجتماعية والعاطفية – البدنية – اللغوية)، تنمية المهارات، تنمية القيم الإنسانية.
 - مراعاة أبعاد جسم الطفل.
 - مراعاة المرحلة العمرية للطفل.
 - تحقيق الكفاءة في اللعب.
 - اختيار الخامة المناسبة.
 - توفر عنصر السلامة والأمان.
 - تعدد الوظائف.
 - التجاوب والتجانس الوظيفي.
 - مراعاة الشكل الجمالي للعبة.
 - التفاعل مع المنتج وجعله ممتعا.
 - التكامل في تصميم الوحدات.
 - ضوابط خاصة بالإنتاج من حيث: المعايرة، امكانية التصنيع، سهولة النقل والتخزين، تحقيق الكفاءة.
- ٥/٣- إنتاج ألعاب الأطفال المستمدة من التراث المصري
- وللوصول للهدف المنشود من تصميم لعب الأطفال من التراث المصري لا يتوقف عند حد إخراج منتج واحد إلى الأسواق ولكن تقديم تلك الألعاب بشكل مستمر وذلك بمراعاة الآتي:
- إنتاج ألعاب باستخدام مواد مختلفة وجودة عالية بمختلف الفئات.
 - إنتاج ألعاب أطفال بأسعار مختلفة تناسب جميع المستويات.
 - إنتاج ألعاب أطفال تعليمية تستخدم في مراكز تعديل سلوكيات الأطفال، وعلاج مشاكل ضعف المهارات.
 - إنتاج ألعاب أطفال مناسبة لجميع الأعمار السنية للأطفال من عمر يوم وحتى ١٤ سنة.
 - تحديد إمكانية توفير فرص عمل للشباب من المصممين والعمال.
 - الحد من الاستيراد والمساهمة في تشجيع المنتج المصري بل والعمل على منافسته في السوق العالمي.
- إنتاج لعب أطفال سهلة الحمل بمواصفات تناسب البيئة المحيطة ومتأثرة بالتراث المصري وبمواصفات قياسية مميزة.
- البحث عن كل ما هو جديد وآمن من الخامات المستخدمة في عملية الإنتاج.
- العمل على تنمية وتطوير عملية الإنتاج ومتابعة كل ما هو جديد ومناسب للإمكانيات.
- استخدام أحدث وسائل التكنولوجيا.
- الحرص على الابتكار والانفراد وعدم التقليد.
- الاستفادة من تجارب الدول الرائدة في صناعة لعب الأطفال.
- ٦/٣- تسويق لعب الأطفال المستمدة من التراث المصري.
- إن التسويق الابتكاري للعب الأطفال المستمدة من التراث المصري يعد قضية هادفة شاملة العديد من المحاور بداية من المصمم الصناعي وصولا إلي العميل أو المستهلك النهائي وهو الطفل، وسوف نستعرض بعض الأفكار التسويقية المبتكرة لنجاح منتجات لعب الأطفال المستمدة من التراث المصري في السوق المصري بل ومنافسته في السوق العالمي أيضا:
- العمل على الاستفادة من التراث المصري في التصميم.
 - تصميم أفكار جديدة للألعاب تجذب الطفل، وابتكار ألعاب جديدة غير موجودة.
 - استخدام مواد بيئية في الإنتاج وذلك للتمكن من اعادة تدويرها مرة أخرى.
 - تحسين نوعية المواد المستخدمة فعليا في الإنتاج للحفاظ على صحة وسلامة الأطفال.
 - تنوع الألعاب بحيث تتناسب مع جميع المراحل العمرية للطفل وازدادة تعديلات عليها لتتناسب مع أكثر من مرحلة.
 - التصميم والإنتاج لتتناسب ماديا مع جميع فئات المجتمع.
 - عمل فيديوهات ترويجية لانتشار الفكرة في جميع وسائل التواصل الاجتماعي.

أطفال علي شكل رأس فرعون كتوت عنخ آمون، والأرقام فيها تأخذ شكل الأهرامات المثلثة ويتم تجميعها كالمكعبات، وتأخذ العقارب شكل مفتاح الحياة والعصا الفرعونية التي كان يحملها الفرعون أثناء جلوسه علي العرش.



صورة (١)



صورة (٢)

شكل (١١) تصميم مقترح للعبة أطفال (ساعة من التراث الفرعوني)

يوضح شكل رقم (١٢) تصميم مقترح للعبة السلم والتعبان علي الطريقة الفرعونية؛ حيث تم الاستعانة برموز فرعونية داخل اللعبة، واللعبة مطبوعة علي ورق البردي (كما كانت تكتب الرسائل في العصر الفرعوني)، وتم الاستعانة بالأرقام الفرعونية علي زهر النرد الخاص باللعبة.

- عمل مادة اعلامية وترويجها على القنوات التليفزيونية وعلى اليوتيوب.
- تصميم كتيبات تعليمية وترفيهية وتوزيعها مجانيا.
- توزيع عينات مجانية في دور الرعاية والمدارس والنوادي والمولات.
- التبرع بعينات مجانية لمستشفيات الأطفال.
- عمل بروتوكولات مع شركات غذائية مثل الألبان والزبادي والشكولاتة وطباعة التصميمات على الغلاف وأيضا وعمل عروض على تلك المنتجات.
- عمل بروتوكولات مع منتجات الأطفال مثل الحفاضات وفرش الأسنان ولبس الأطفال..

- تنظيم مسابقات للأطفال في القرآن الكريم والمعلومات العامة وتوزيع الهدايا والجوائز.
- تنظيم أو المشاركة في المؤتمرات المحلية والعالمية.
- تسجيل النقاط لكل عميل قام بشراء المنتج وتوزيع هدايا مجانية عند وصوله لنقاط معينة.
- فتح وغزو أسواق جديدة في مصر وخارج مصر وتسويق المنتجات في أسواق شرم الشيخ والغردقة والأقصر وأسوان لجذب عملاء من السياح.
- التأكد من رضا العملاء بعد شراء واستخدام المنتجات.
- تنظيم حملات توعية للأمهات في جميع المحافظات.

- الاستعانة بالمجلس القومي للمرأة ومنظمة حقوق الطفل في اليونيسكو والمنظمات الدولية والمحلية.

رابعاً: نتائج وتوصيات البحث.

١/٤ - تصميمات مقترحة

توضح الأشكال رقم ١١، ١٢ نماذج لتصميمات مقترحة لألعاب الأطفال المستمدة من التراث المصري الفرعوني.

ويوضح شكل رقم (١١) لعبة طفل مستمدة من التراث المصري الفرعوني وهي عبارة عن ساعة

تدعم زيادة التنافسية للمنتجات المصرية المختلفة بالسوق المحلي المصري والإقليمي.

٣/٤- توصيات البحث.

يوصى البحث بما يلي:

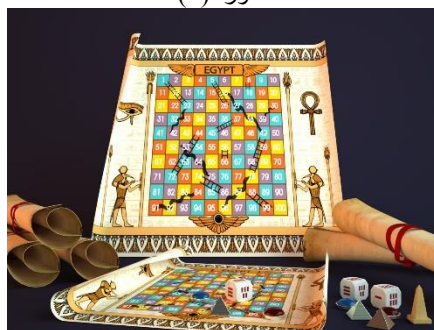
- على الجهات الصناعية ضرورة الاهتمام بتصميم ألعاب الأطفال المستوحاة من التراث المصري وذلك لتشجيع المنتج المصري والارتقاء به للمنافسة محلياً وإقليمياً.
- ضرورة الاهتمام بمنهج المرحلة العمرية الأولى للأطفال وزيادة الجرعة التعليمية التراثية لأنها ترسخ من شخصيته وأفكاره.
- تفعيل دور المنظمات المحلية والعالمية لحقوق المرأة والطفل.

المراجع

- صلاح الشهاوي (٢٠١١)، التراث العلمي العربي وقاماته، المجلة العربية، المملكة العربية السعودية.
- محمد سليمان (٢٠٠٧)، الابتكار التسويقي وأثره علي تحسين أداء المؤسسة، دراسة حالة: مؤسسة ملبنة الحضنة بالمسيينة، رسالة ماجستير، قسم علوم التسيير، جامعة المسيلة.
- أمّنة أبو النجا محمد أبو النجا (٢٠٠٨)، "التسويق الابتكاري وأثره على المركز التنافسي لمنظمات الأعمال المصرية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة طنطا.
- إسلام كرم عيد المجيد (٢٠١٦)، إطار مقترح لتطبيق مفهوم التسويق الابتكاري لتحسين جودة الخدمات المصرفية: بالتطبيق على البنوك التجارية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة عين شمس.
- جورج وجيه عزيز (٢٠١٤)، علم دراسة المستقبل واستبصار مفهوم التصميم المستقبلي، بحث منشور بمجلة التصميم الدولية، القاهرة، مصر، الإصدار الرابع - العدد الثالث يوليو.



صورة (١)



صورة (٢)

شكل (١٢) تصميم مقترح للعبة أطفال (السلم والثعبان بطريقة فرعونية)

٢/٤- نتائج البحث

تتمثل نتائج البحث في الآتي:

- ترسيخ التراث المصري في أذهان الأطفال من خلال الألعاب المختلفة وذلك لتنمية روح الانتماء وزيادة الوعي في نفوس الأطفال، والأسر المصرية.
- يدعم البحث فكرة تصميم أفكار جديدة في مجال لعب الأطفال المستمدة من التراث المصري بحيث تعمل على تنمية الذكاءات لدى الأطفال على مستوى المراحل العمرية المختلفة.
- إعلاء قيمة التراث المصري في منتجات لعب الأطفال والتي تؤدي بدورها إلى تعميق الانتماء الفكري لدى الأطفال والشباب، وكما

- منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
- **ثريا حامد يوسف (٢٠١٨)**، التراث كمدخل لتحقيق الهوية الذاتية في الفن المعاصر، بحث منشور، مجلة العمارة والفنون، كلية تربية فنية.
- **Birol Akyüz, A. Yesim Yayla (2009), The Effects Of Concurrent Product Development On Product Development Performance, 1st International Symposium on Sustainable Development, Türkiye.**
- <http://www.youm7.com/story/15/5/2017/>
- <http://alwanegypt.com/>
- <http://www.oytoy.ru/interesting/214-kukolnie-obrazi-drevnego-egipta.html>
- <https://denofangels.com/doawiki/index.php?title=LatiDoll>
- <https://www.facebook.com/FINEARTSDESIGN/posts/311022615585038/>
- **محمد عزت سعد (١٩٩٩)**، نظريات التصميم، الناشر المؤلف، الطبعة الثانية.
- **محمد اسماعيل ابراهيم اسماعيل (٢٠١٤)**، ادارة عمليات التصميم وأثرها على تطوير الكفاءة الوظيفية للمصمم الداخلي من خلال استخدام أنظمة تخطيط الموارد، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
- **عبير عزت عزمي هارون (٢٠١٧)**، تأثير استراتيجيات التسويق الابتكاري علي نظم تصميم الحملات الاعلانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
- **منى عامر محمد اسماعيل (٢٠١٧)**، فلسفة البيرسونا (الماهية – المعرفة – القيم)، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
- **لمياء كرم علي شلبي (٢٠٠٥)**، القيم التشكيلية في التراث المصري والاستفادة منها في ابداع مجسم للطفل، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة طنطا.
- **يسر محمد الحافظ (٢٠٠٧)**، تقنين مفهوم التصميم الصناعي في ضوء اتجاهات التعليم الالكتروني، رسالة دكتوراه غير

Children's Toys Design Inspired by Egyptian Heritage between Production and Marketing

Abstract.

Human wealth is an important and effective element in the national economy, the research revolves around the design of products derived from the Egyptian heritage, as the Egyptian product needs a lot of ingredients in order to grow and achieve continuity in the local market, but there are some products that do not enjoy the confidence required by local customers for their lack There are two main components: following quality systems and standard specifications, and following good marketing plans. The role of the industrial designer appears towards studying that problem to find alternatives to appropriate solutions for it, and this comes in conjunction with economic decisions that limit import of all heritage products; which represents the opportunity for Egyptian products to restore confidence between the consumer and the Egyptian product.

Games are classified for children, some of which are important for their upbringing, education, and the consolidation of the values of belonging to him, and some of them work to determine his intellectual destination in the future, and therefore the research focuses on children's toys products due to their heavy import from abroad. This leads to the failure to entrench the Egyptian identity within the minds of Egyptian children, as all the games in the market are nothing but the embodiment of the cartoon films that children watch, which acquire a foreign character, which differs greatly from the Egyptian character.

The interest in designing products derived from the Egyptian heritage can be a good nucleus for marketing Egyptian products in general and toys for children in particular. Which leads to deepening Egyptian thought and consolidating the doctrine of the Egyptian identity.

Key words

Children's Toys - Innovative Marketing - Egyptian Heritage - Concurrent Design - Interactive Design