**Fundamental considerations of the cost of home appliances in small projects**

**اعتبارات اساسية لتكلفة الادوات المنزلية فى المشروعات الصغيرة**

**المقدمة ومشكلة البحث :**

**التطور الاقتصادى الذى تشهده مصر حاليا له نصيب كبير فى مجال الصناعة وخاصة المشروعات الصغيرة التى تهتم بالمنتجات ذات الوظيفة الواحدة تتناسب مع البيئة المصرية وليس فقد لسد احتياجاتها وانما الحصول على متعة الإستخدام عن طريق ابتكار اشكال جديدة من هذه المنتجات وعندما تحققت التعددية للمنتج الواحد تلاشت الاحتكارية واصبحت المنافسة هى عنوان هذا الصراع القائم للحصول على منتج يتناسب مع المستخدم من جميع جوانبه الاقتصادية والاستخدامية والاجتماعية والادوات المنزلية احدى هذه الصناعات المعدنية التى لايمكن الاستغناء عنها داخل المنزل وخارجه وتصميمها يشهد تطورا كبيرا لاشباغ رغبات مستعملى المعدنية التى لايمكن الاستعناء عنها داخل المنزل وخارجه وتصميمها يشهد تطورا كبيرا لاشباع رغبات مستعملى هذه النوعية مما يزيد العبء على المصمم دراسة العلوم الانسانية والاجتماعية والبيئية والاقتصادية وحساب التكلفة النهائية التى تهم المصمم لمراعاة التكلفة النهائية للمنتج ليتلائم مع متطلبات المستعمل سواء من ناحية الأداء الوظيفى او التكلفة او الشكل**

**هدف البحث :**

**التعريف ببعض الجوانب الاقتصادية التى تهم مصمم الادوات المنزلية :**

**حدوث البحث :**

1. **بعض الجوانب الاقتصادية المستفاد منها فى تصميم الادوات المنزلية**
2. **بعض الاعتبارات فى تكلفة المنتج وسياسات السعر**
3. **اهمية الاعلان عن منتج الادوات المنزلية كقيمة اقتصادية**

**(1) بعض الجوانب الاقتصادية المستفاد منها فى تصميم الادوات المنزلية :**

**يتم الانتاج بغرض سد احتياجات المستعمل هذه الاحتياجات جاءت نتيجة لزيادة عدد مستعملى هذه النوعية من الادوات المنزلية او لفقد المنتج احد وظائفه كإتلاف جزء من اجزاء المنتج مثل اليد او الغطاء او الجسم وبذلك يسعى مصمم هذه النوعية الى احدى هاتين النقطتين او كلاهما :**

1. **تطوير المنتجات القائمة بالفعل**
2. **ابتكار منتجات جديدة**

**ويمكن التحقق من ذلك بمثال عن تطور منتجات الأوانى المنزلية ففى البداية كانت الحاجة لإناء يفى بالحاجة فقط وعندما تحققت هذه الحاجة اتجه التفكير نحو التطوير حتى وصل الى اناء الضغط بالبخار وبذلك اصبح لزاما على المصمم مواكبة هذا التطوير وابتكار منتجات ذات اشكال جديدة واداء وظيفى متطور ومازالت الخفايا كثيرة التى نتوصل اليها عن طريق المعارف الجديدة والعلاقة بين متطلبات المصمم المستعمل تتضح فى الشكل رقم (1) كالتالى :**

**ويعبر السهم الفرد عن الاثر الاول للمتطلبات على المصمم اما السهم المزدوج فيعبر عن الاثر العكسى ومخرجات التفاعل مع وجود مؤثرات اخرى كثيرة على كل متطلبات المستعمل والمصمم**

**فوضع المواصفات المعايير التى على اساسها تختار منتجات الأوانى المنزلية هدف اساسى من اهداف نجاح تقديم هذه المنتجات الى السوق وعلى هذا فتطوير المنتج Product Development يمكن اعتباره شيئا اكثر تفصيلا يهتم اساسا بإيجاد وتطوير الافكار من خلال الاطار الذى وضع لتخطيط المنتج حيث يمكن اعتبار التخطيط للمنتج مسئولية الإدارة العليا بما تشمله من معنى واسع حيث لاينطبق ذلك على تطوير المنتج فقط ولكن كلا النشاطين سواء تخطيط او تطوير المنتج يجب ان يخضعا للأهداف بصورة واضحة**

**تعريف معنى المنتج الجديد :**

**قبل وضع الأسس الناجحة لتطوير المنتج يجب اولا ان نضع مفهوم لمعنى المنتج الجديد وليس ذلك بالمهمة السهلة فكل منا قد سمع عن بعض المصطلحات التىتطبق على المنتجات فى اوقات مختلفة مثلا :**

1. **المنتج المحسن**
2. **ايجاد استخدامات جديدة للمنتج**
3. **ابتكار**
4. **سوق جديدة**

**وفى الواقع فإن هناك علاقة بين المنتج الجديد وموقف السوق فلا يجب ان نفكر فى ان يكون لدينا منتج بدون اسواق يمكن لها ان تستوعبه حيث ان المنتج الجديد لايضمن لنا سوق جديدة بصورة اوتوماتيكية ورغم ذلك فان من الواضح ايضا ان اعادة الرؤية من وجهة النظر التكنولوجية لاى منتج قائم يمكن ان يكون لها تاثيرا قويا على السوق عن وجود منتج جديد تماما ومن هنا فإن اعادة التصميم لمنتج قائم تعتبر اكثر اهمية للمنشأة اذا قورنت بإيجاد منتج جديد يكون له تاثير قوى على برامج التصميم والتصنيع وامكانياته مثل الحاجة الى امكانيات ضخمة جديدة وعمليات تجهيز معقدة**

**ويراعى فى تصميم الادوات المنزلية الآتى :**

**أ) بدائل الخامة**

**ب) تقييم بدائل التصميم واختيار الحل الامثل**

**(أ) بدائل الخامة :**

**الخامة عنصر اساسى فى التصميم وتعتبر من العوامل الأساسية لتكوين الشكل وعن طريق الخامات يمكن الوصول الى المظهر الجيد للأدوات المنزلية الذى يحقق الرغبة فى الاقتناء ليتحرك المنتج نحو ربحية عالية ناتجة عن عدم الركود**

**وبدائل الخامة او ازدواجية التعايش بين الخامات المختلفة ترفع من قيمة المظهر بمعنى استخدام النحاح مع الزجاج او البلاستيك يحقق هذه القيمة ويخفض سعر الادوات المنزلية**

**ومتغيرات الخامة تتحكم فيها ضوابط وظيفية سواء من ناحية مشكلات الفك والتركيب ( التجميع ) او الاداء الوظيفى كالتوصيل الحرارى اذا لزم الامر فى اوانى الطهى فالالومنيوم جيد التوصيل للحرارة وكذلك توزيع الحرارة ام الصلب الغير قابل للصدأ فهو جيد التوصيل للحرارة ولكن التوزيع الحرارى به غير منتظم ولذلك تميز الالومنيوم عنه فى ذلك بينما يتميز هو عن الالومنيوم فى مقاومته للعوامل الجوية ومما سبق يمكن اختيار الخامة المناسبة فى تنفيذ المنتج فالألومنيوم استخدم بكثيرة فى اونى الطهى اما الصلب الغير قابل للصدأ بكثرة فى ادوات تناول الطعام ( الشوكة – الملعقة – السكينة ) وظهر ذلك من الأدوات التى لاتتعرض للتسخين المباشر وقد استخدمه المصمم بكثرة فى وحدات الاضاءة لتميزه باللمعان الشديد وانعكاسه لهذا اللمعان اضافة الى مقاومته للعوامل الجوية**

**مما سبق نجد ان الخامة لها دور اساسى لتحقيق الشكل الجيد ولتحقيق الاداء الوظيفى وايضا يمكن للمصمم التحكم فيها لتحقيق جانب اقتصادى يفيد المستخدم**

**3- تقييم بدائل التصميم لمنتجات الادوات المنزلية واختيار الحل الامثل :**

**يعمل التقييم Assessment كطريقة تجريبية للتصميم عند محاولة المصمم التأكد من صلاحية المعلومات السابقة والنتائج التى نجحت فى الماضى او المقترحة للوصول الى حل مشكلة التصميم والتقييم له دورين اساسيين هما :**

1. **تحسين النظام او المنتج**
2. **التاكد من مميزات النظام او المنتج**

**وهو يؤدى تلك الادوار من خلال امكانيات متعددة واهم ثلاث امكانيات منها هى :**

1. **الاختيار بين البدائل Choice Among Alternatives**
2. **تشخيص الداء او اكتشاف سبب او طبيعة القصور Diagnosis**

**ج) المراقبة Ovrsight**

**اسلوب التقييم المنطقى لبدائل حل مشكلة التصميم :**

**يوضح الشكل رقم (2) الاستراتيجية العامة لأسلوب تقييم بدائل التصميم حيث تعتمد عملية التقييم على تقدير قيمة كل بديل بالنسبة لدرجة تحقيقه لمتطلبات التصميم كعناصر لحل المشكلة ثم المقارنة بين النتائج لاختيار البديل الامثل**

**تقييم بدائل التصميم لمنتجات الادوات المنزلية واختيار الحل الامثل :**

**يعمل تقييم Assessment كطريقة تجريبية للتصميم عند محاولة الصمم التأكد من صلاحية المعلومات السابقة والنتائج التى نجحت فى الماضى او المقترحة للوصول الى حل مشكلة التصميم والتقييم له دورين اساسيين هما :**

**1- تحسين النظام او المنتج**

**2- التاكد من مميزات النظام او المنتج**

**وهو يؤدى تلك الأدوار من خلال امكانيات متعددة واهم ثلاث امكانيات منها هى :**

**أ) الاختيار بين البدائل Choice Among Alternatives**

**ب) تشخيص الداء او اكتشاف سبب او طبيعة القصور Diagnosis**

**ج) المراقبة Ovrsight**

**الاسلوب التقييم المنطقى لبدائل حل مشكلة التصميم :**

**يوضح الشكل رقم (2) الاستراتيجية العامة لأسلوب تقييم بدائل التصميم حيث تعتمد عملية التقييم على تقدير قيمة كل بديل بالنسبه لدرجة تحقيقه لمتطلبات التصميم كعناصر لحل المشكلة ثم المقارنة بين النتائج لاختيار البديل الامثل**

**تقييم البدائل Assessment of Alternatiaes**

 **الشكلات الرئيسيان اللذان يمكن عن طريقهما اتخاذ القرار فيما يتعلق بعملية الاختيار من بين البدائل وهما**

**1- التجربة Experiment**

**من خلال التجربة يمكن للمصمم الحصول على الحقائق عن البدائل المختلفة بما يسمح له بالإختيار على اسس واضحة ونتائج محددة وفى هذا المجال فهناك العديد من الطرق والأساليب التى يمكن اتباعها لذلك الغرض منها اساليب انجاز النماذج اساليب الاختيار والقياس وغيرها**

**2- التحرى النظرى Enquiary**

**وفيه يتم تحليل النتائج التى امكن التوصل اليها واختيار الانسب منها وذلك من خلال الاستعانة بأساليب وطرق التصميم التى تهتم بهذا المجال ومنها قوائم المراجعة المصفوفة التفاعلية لتحليل القيمة وغيرها**

**معنى السعر بالنسبه لمستعمل الأدوات المنزلية :**

**يعنى بالسعر الشئ الكثير للمستعمل وهو يدرس كثيرا من العوامل عند قيامه بالحسابات المختلفة التى تؤدى الى شراء او عدم شراء الادوات المنزلية واول هذه العوامل هى القيمة المادية اذا ما اشتراه ويمكن التوصل الى هذه القيمة عن طريق استخدام معادلة معينة يكون السعر احد متغيراتها ( السعر الاقتصادى بالجنيهات) الى جانبي كثير من المتغيرات الاخرى :**

**القيمة = العوامل الرشيدة + العوامل السيكولوجية**

**وينطوى تقييم المستعمل للأدوات المنزلية على كل من العوامل الرشيدة والموضوعية والعوامل ذات الاساس السيكولوجى ( او النفسى ) والتى لها جوانب عاطفية :**

**القيمة =**

 **الاداء الوظيفى - التكلفة الاقتصادية – ( المكسب السيكولوجى – التكلفة السيكولوجية )**

**الاداء الوظيفى للأدوات المنزلية – الشكل – التكلفة الاقتصادية للأدوات المنزلية**

**حيث ان : العوامل الرشيدة = الأداء الوظيفى – التكلفة الاقتصادية**

**وتتضمن عملية شراء الادوات المنزلية تكاليف اقتصادية ( Economic Costs )ويلاحظ ان – الأداء الوظيفى للمنتج يدخل فى نطاق مسئولية المصمم من حيث تحقيق رضا المستعمل والحصول منه على تقييم مرتفع لهذا المنتج ومن ناحية اخرى فإن استراتيجيات الترويج والتوزيع تركز على العوامل الاقتصادية والاداء الجيد لمنتج الادوات المنزلية**

**وعلى كل فإن السعر هو الركن الأساسى فى التكلفة قد الاستاذ كنديف ( Cundiff)وزملائه اطارا او نموذجا للعوامل التى تؤثر فى القرارات السعرية ويظهر هذا الاطار فى شكل رقم (3) كما يظهر فيه علاقة استراتيجية التسعير بإستراتيجية التسويق وطبقا لهذا النموذج فإن هناك نوعين من العوامل التى تؤثر فى القرارات السعرية عوامل داخلية وعوامل بيئية ومن امثلة العوامل الداخلية اهداف المصنع والسمعة التى يرغب فى التمتع بها فى السوق والمكونات الاخرى لاستراتيجية التسويق العامة ( المنتج – السوق – التوزيع – الترويج) والتكلفة وهذه العوامل يمكن للشركة التحكم فيها اما العوامل البيئية فان معظمها لايمكن التحكم فيها ( Un control Label ) كالمنافسة ، وسلوك ونفسية المستعمل ، والمناخ الاقتصادى ، والضغوط القانونية**