

المنتجات النسيجية بين التصميم والتسويق والتطوير للوصول الى قدرة تنافسية محلية وعالمية

Textile products between design, marketing and development to reach local and global competitiveness

م.د/ نشوى مصطفى ناجي

مدرس بقسم الغزل والنسيج والتريكو - كلية الفنون التطبيقية - جامعة بنها

Assist. Dr. Nashwa M. Nagy

Lecturer-Spinning, weaving & knitting Dep. – Faculty of Applied Arts- Benha University

nashwa.moustafa@fapa.bu.edu.eg

❖ ملخص البحث:

يقوم هذا البحث على تقديم نموذج لاجراء العملية التصميمية لمنتج صناعي من بداية القيام بدراسات في مجال التسويق و التصميم و الإنتاج مع مراعاة الجوانب العملية الاخرى من علوم دراسة البيئة و علم الارجونومية و علم الاتصال. وقد اقتصر البحث على عرض عاملين اساسيين وهما التسويق و التصميم لما لهما من دور كبير في تصميم و خروج المنتج الى شكله النهائي قبل طرحه في الأسواق. كما يقدم البحث دور المصمم وما يجب ان يتخذه من خطوات تنفيذية للقيام بالعملية التصميمية بنجاح و يوضح البحث المواصفات و الجوانب العلمية و الفنية التي يجب ان تتوفر في المصمم الناجح. و لاجراء دراسات في مجال التسويق يجب معرفة و تحديد نوعية المستهلك و كذلك تحديد طبقته الاجتماعية و تتمثل الدوافع الحقيقية لعملية الشراء في دوافع اولية و دوافع انتقائية ثانوية و دوافع التعامل و دوافع عاطفية و عقلية. و تشمل مراحل تصميم المنتج على اربعة مراحل يتم فيها دراسة المشكلة ثم وضع الحلول التصميمية للمنتج المقترح ثم التقييم و التعديل او التطوير.

وقد توصل البحث الى عدة نتائج و توصيات كما تم الاستعانة بالمراجع العربية و الاجنبية.

الكلمات المفتاحية: التصميم – التسويق - التخطيط – الانتاج – الارجونومية.