

## القيم الوظيفية والجمالية في تصميم المنتجات الجلدية وأثرها علي سلوك المستهلك دراسة ميدانية علي الأحذية المصنعة محلياً .

أحمد محمد أحمد رحمة و اقبال محمد عثمان سالم  
1.2 جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا .

### المستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلي تقصي الأسباب المرتبطة بالتصميم التي أدت إلي تراجع معدل النمو في صناعة الأحذية الجلدية وضعف القوة الشرائية للمنتج المحلي، وانخفاض المحصلة الكلية للإنتاج وضعف المنافسة في الأسواق المحلية والأقليمية والدولية، وذلك من خلال دراسة إتجاهات المستهلكين حول القيم الجمالية والوظيفية في تصميم الحذاء، وعن طريق الإستبيان المُحكّم تم جمع البيانات من عينة عشوائية مثلت المجتمع العام للبحث وهم المستهلكين بولاية الخرطوم، وفي إطار المنهج الوصفي التحليلي وبالإستعانة بعدد من الأساليب الإحصائية تم التحقق من الفرضية الأساسية والتي أشارت لوجود تندي في تطبيق القيم الوظيفية والجمالية في تصميم الحذاء المصنع محلياً ما تُرعلي حجم الطلب عليه، ولم تثبت فرضية وجود تأثير للسعر علي حجم الطلب علي الحذاء المحلي، ما يرجح وبدرجة كبيرة فرضية(تندي القيم الوظيفية والجمالية في المنتج المحلي) وأن المستهلك يختار وفق هذه القيم وأن السعر ليس أحد أسباب كساده.ومن أهم التوصيات ضرورة ترسيخ مفهوم التصميم وأهميته وأثره علي المنتج النهائي لأصحاب العمل وللجهات المرجعية، الإهتمام بالدورات التدريبية للجودة لكل مرحلة من مراحل الإنتاج علي حده، والتدريب الخارجي لنقل التقانات الحديثة والخبرات وتفعيل دور الحاضنة التكنولوجية لصناعة الجلود.

الكلمات المفتاحية: القيمة التقنية، تصميم النموذج الأساسي، حاجات المستهلك.

### ABSTRACT:

This study aims to explore the associated causes determination that led to a decline in the rate of growth in the leather shoes industry and the weak purchasing power of the domestic product, low Taken overall production and weak competition in the local, regional and international markets through the study of consumer attitudes about the aesthetic and functional values in shoe design, and by questionnaire arbitrator were collected data from a random sample represented the research community who are consumers in the state of Khartoum and in the framework of descriptive analytical method has been described, data analysis and discussion with the aid of a number of statistical methods. Has been verified statistically main hypothesis that indicated the presence of the decline in the application of functional and aesthetic values in the shoe synthesized locally which affected on the size of the demand. It did not prove the hypothesis (the impact of price on the volume of demand).The price is not one of the reasons depression domestic product.The most important recommendation was the need to establish the concept of design its importance and impact on the final product to employers and reference entities. Training courses for the quality of each stage of the production. The out side training to transfer technologies and modern experience. Activating the role of technological incubator industry leather.

**Key words:** Technical value, Model of the shoe, consumer needs.

**المقدمة:**

يشكل التصميم الصناعي مهارات وتطبيقات هامة في واقع حياة الناس ويأتي وفق قواعد محددة تساهم في تشكيل المنتج الحضارى وفق مواصفات جمالية محددة، وهي في غاية الأهمية، ويعتبر الجانب العقلى مكون رئيسى فى تشكيل الإنسان لأن العقل التطبيقى والتفكير العلمى والإبداعى القائم على التعامل مع الحقائق هو من أساسيات التنميه والتطور. ولا تقوم نهضة في هذه الأرض إلا بالإنسان لذا نجد كل العلوم والتخصصات تسعى لراحة وتلبية حاجات الإنسان المختلفة وتتكامل وتتداخل أدوارها في ذلك.

ونجد أن مجموعة القيم التي يمتلكها الفرد المستهلك تؤثر على موقفه من المنتجات من خلال الأهمية التي يعطيها لمختلف الخصائص التي تتمتع بها المنتجات، ولتحقيق التوافق بين المنتجات واحتياجات المستهلك لا بد من وجود منتج جيد يمكن الإعتماد عليه والثقة فيه من قبل المستهلك.

وقطاع المنتجات الجلديه في السودان من القطاعات التي تحتاج إلي دراسة عميقة لترقية وتطوير المنتج الصناعي المحلي، وأهم مايميز هذا القطاع هو إعماده علي الكثير من المدخلات والمواد الخام المحلية بالإضافة لإستيعابه لمجموعة كبيرة من العماله المحلية وهي صفات تنموية إيجابية تتوافق مع ظروف السودان الإقتصادية.

**مشكلة الدراسة:**

لاحظ الباحث من خلال تخصصه واهتمامه بمجال الصناعات الجلدية تراجع معدل النمو في صناعة الأحذية الجلدية وتدني مستوي الجودة وضعف القوة الشرائية للمنتج المحلي، وانخفاض المحصلة الكلية للإنتاج وضعف المنافسة في الأسواق المحلية والأقليمية والدولية.

**فرضية الدراسة:**

هناك علاقة بين حجم الطلب علي الأحذية المصنعه محلياً والقيم الجمالية والوظيفيه فيها، وتنقسم إلي المحاور التالية:

1. يؤثر تدني المستوي الوظيفي في تصميم الحذاء المصنع محلياً علي حجم الطلب عليه.
2. يؤثر تدني المستوي الجمالي في تصميم الحذاء المصنع محلياً علي حجم الطلب عليه.
3. توفر القيم الوظيفية في تصميم الأحذية المستوردة يزيد من حجم الطلب عليها.
4. توفر القيم الجمالية في تصميم الأحذية المستوردة يزيد من حجم الطلب عليها.
5. يؤثر سعر الحذاء المحلي علي حجم الطلب عليه.
6. يؤثر مستوي الدخل علي خيار المستهلك.

**هدف الدراسة:**

- تحديد مفهوم التصميم الصناعي ودوره في حل مثل هذه المشكلات.
- تحديد تداخل وترابط التصميم الصناعي مع التخصصات التي لها صلة بالصناعة والإنتاج والتسويق.
- معرفة الأسباب المرتبطة بالتصميم التي أدت إلي إنكماش حجم الطلب علي الأحذية المصنعة محلياً.
- تشجيع إستخدام وإستغلال الخامات المحليه، وتوفير فرص العمل.

**أهمية الدراسة:**

- تأكيد فاعلية التصميم الصناعي في معالجة مشاكل تصميم المصنوعات الجلديه في السودان.

- تحسين مستوي التصميم والتصنيع للمنتجات الجلديه المحلية وهذا بدوره يؤدي إلي زيادة معدل الطلب للمنتجات المحليه و يمثل إستغلالاً للموارد الطبيعيه ودعماً للإقتصاد الوطني،(أهمية إقتصادية).
- تفعيل دور قطاع الصناعات الجلديه والتي يمكن أن تستوعب أعداداً مقدره من الأيدي العامله التي تبحث عن فرص للعمل،(أهمية إجتماعية).

#### حدود الدراسة:

ستجري الدراسة وتطبق في ولاية الخرطوم، العام 2015م، مجال التخصص التصميم الصناعي والصناعات الجلديه.

#### منهج الدراسه:

إعتمد الباحث علي المنهج الوصفي التحليلي الذي يسعى لتحديد الوضع الحالي للمشكلة ومن ثم العمل علي حلها مستقبلا.

#### أدوات الدراسه:

سيتم جمع البيانات من المصادر الأساسية الأولية والثانوية، وباستخدام الأدوات الملاحظة، المقابلة الشخصية، الإستبانة.

#### المصطلحات:

**القيم:** القيمة في اللغة العربية مشتقة من الأصل (ق. و. م.) وقوام الأمر بالكسر هو نظام الشيء وعماده، والقوام حسن الطول، أما في اللغات الأجنبية فمصطلح القيمة Value. (بسيوني، 1973م، 51)

**القيمة الوظيفية أو الاستخداميه في التصميم:** هي مجموعة حقائق تعبر عن التركيب التصميمي، ويهتم المصمم بتطبيقها في تصميم المنتج بغية الوصول الي أعلى درجات الكفاءة الوظيفيه.

#### الدراسات السابقه:

دراسة(حسني، 2000م) بعنوان(أبعاد في سلوك المستهلك)هدفت الدراسة إلي فهم قرارات الشراء التي يتخذها المستهلك، وكذلك المراحل التي يتم بها هذا القرار ودراسة العوامل المؤثرة علي سلوك المستهلك، إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وأكدت علي أهمية المستهلك، ويجب الوصول إلي رضاه ومن ثم إرتباطه بالمنتج وعلامته التجارية، وأوصت بزيادة إهتمام إدارات المصانع بأهمية العوامل الخارجية لسلوك المستهلك كمحدد في تحقيق أهداف المصنع.

دراسة(أبو، 2014م) بعنوان(واقع صناعة الجلود(الفرص والتحديات)وزارة الصناعة تهدف إلي توضيح نقاط الضعف في قطاع الجلود في السودان وضعف قدرات التسويق والوعى القومي بأهمية الجلود كسلعة إقتصادية، إستخدمت الدراسة المنهج التحليلي الوصفي، وأوصت بتفعيل دور المجلس القومي لتطوير الجلود للنهوض بالقطاع، توفير التمويل الميسر، تشغيل الطاقات المعطلة، إضافة إلي إيجاد أسواق داخلية وخارجية، والحد من واردات الأحذية لتشجيع الصناعة المحلية.

دراسة (هارون، 2007م) بعنوان(المواصفات وأثر تطبيقها علي المنتجات)بالهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس، الإدارة العامة للمواصفات القياسية وتهدف الدراسة إلي مساعدة المنتج للإستفادة القصوي من المواد الخام المتوفرة بدرجة عالية من الجودة مما ينعكس علي جودة المنتج النهائي، وإلي تلبية إحتياجات المستهلك من المنتجات الجلديه، وأيضاً المقدره علي منافسة الوارد من حيث الجودة والأسعار. إستخدمت الدراسة المنهج

الوصفي التحليلي، وأوصت بإنزال المواصفات القياسية إلى أرض الواقع باللجوء إلى ورش العمل والتدريب والإعلام الفاعل وتطبيق القوانين الخاصه بالجودة والرقابة الصناعية والإستفادة من المعامل والخبرات بمراكز البحوث والجامعات.

### الإطار النظري:

يتم فيه تناول وشرح المفاهيم والمعارف الأساسية المرتبطة بموضوع الدراسة.

#### 1- التصميم:

ذكر (شوقي، 2001م، 11) "التصميم هو نشاط فني ذهني عملي تطبيقي وقد مارسه الإنسان على مر العصور وفيه يؤثر المصمم علي المادة الطبيعية أو الصناعية (معادن، خشب، جلد، بلاستيك... الخ)، مما يغير من هيئتها وانشائها وعلاقتها بما حولها ويتم ذلك عادة بطريقة مقصودة ومبتكرة الهدف منها خلق منتج يسد له (أي الإنسان) أو لغيره حاجات محددة ضرورية كانت أم ثانوية".

#### 2- القيم الوظيفية في التصميم:

إن الثورات الصناعية الكبرى كونت مجموعة من العلوم والمعارف لا يمكن لأي مصمم أن يأتي بتصميم ناجح مالم يصطحبها معه خلال عمليات التصميم ومراحله المختلفة، وتُعد أساساً لتطبيقات القيم الوظيفية في التصميم.

#### 3- تطبيق القيم الوظيفية في التصميم:

ذكر (حسن، 2000م، 45) "أن التفاصيل الإنشائية التي تجعل التصميم يؤدي وظيفته تتلخص في الآتي:

- إيفاء التناسب في الحجم والأبعاد للمستخدم.
- التحملية (قدرة التصميم على تحمل ظروف الإستخدام المختلفة).
- الأمان (إزالة إحتتمالات تسبب التصميم في الضرر للمستخدمين) وإمكانية حمل التصميم ونقله.
- إمكانية الصيانة والإصلاح.

يري الباحث أن هذه المواصفات لتطبيقها علي التصميم تتطلب الكثير من المعرفة والعلوم نختصرها في بعض العلوم المرتبطة بموضوع الدراسة وهي كآآتي:

علم الأرجونوميكس: هو المهنة التي تطبق النظريات العلمية والبيانات في تصميم ما يمكن أن يحقق للبشر حياة آمنة ومريحة وأداة أفضل لمهام حياتهم. (الشيخ، 2010م، 11).

علم التشريح: يمكن المصمم من فهم التغيرات التي تحدث في مختلف الأعضاء وعن بنية ووظائف الجسم وأفضل الطرق التي يمكن بها إستخدام القوة أو حمل الأشياء، وعن حدود وحركات المفاصل وعمل العضلات وتأثيرها على حركة الجسم، (الكبيسي، 2002م، 11).

الميكانيكا الحيوية: ويهتم هذا العلم بالمتطلبات الجسديه للعمل ومعرفة كمية الطاقة المبذولة في عمل ما، وإمكانية وقدرة عمل العضلات والمفاصل ومدى الحركة واتجاهها واستخدامها، عن طريق العمليات الحسابية والرقمية. (على وعبد البصير، 2007م، 4).

علم القياس أو الأنثروبومتري: الأنثروبومتري مصطلح يستخدمه العلماء عند الإشاره إلى قياسات الجمجمة والأطوال والخصائص الجسمية والمحيطات. (رضوان، 1997م، 19).

العوامل السيكولوجية (النفسية) المرتبطة بالتصميم.

التسويق: مجموعة من العمليات أو الأنشطة التي تعمل علي إستكشاف رغبات العملاء وتطوير مجموعة من المنتجات أو الخدمات التي تشبع رغباتهم وتحقق للمؤسسة الربحية خلال فترة مناسبة. (ويكيبيديا، 2015م).

**4- القيم الجماليه في التصميم:**

ذكر (عبدالله، 2014م) "لأجل أن يحقق الجمال في التصميم أهدافه فإنه يركز على مجموعة من القيم التي تعيد ترتيب الجمال وفق إشتراطات أهداف التصميم المختلفة نذكر منها:

أ/ **القيمة التقنية** وفقاً لجوهر التصميم الذي يتخذ من منهج الإبداع والإبتكار أساساً في تحقيق أهدافه الجمالية والوظيفية، فإن معنى الجمال فيه يعتمد أساساً على آخر المستجدات التقنية، وتشمل سلسلة جديدة من الخامات والمواد والأدوات وأساليب العمل والإنتاج، وإن عدم إعتداد آخر التقنيات في التصميم يعني عدم الإتساق مع الإشتراطات التي فرضتها التقنية الجديدة على جوانب الحياة المختلفة وإيقاعاتها المتسارعة.

ب/ **القيمة المادية:** بناء على التحولات الكبيرة في منظومة القيم الإنسانية، من خلال سطوة القيم المادية وانحسار لقيم المعنوية، وفي ظل احتكام التصميم إلى القيم المادية، فإن جمال المادة ومظهرها يؤديان دوراً كبيراً في الشكل النهائي لوظيفة التصميم وقد يكون هذا الدور أكبر من القيمة الحقيقية للتصميم نفسه. مما يجعل تأثير جمال المظهر سابقاً على كفاءة وجوده الجوهري.

ج/ **القيمة الجديده:** إن أساس فاعلية التصميم كفن وعلم هو التطلع إلى القيمة الجديدة واستكشافها على مستوي الجمال والوظيفة، بعد أن استنفدت العديد من الثقافات المحلية خياراتها الجمالية القادرة على التأثير والإقناع لأسباب عديدة. كما أن القيمة الجديدة بحد ذاتها تعني إضافة جديدة إلى منافع الإنسان وخبراته.

د/ **القيمة المستقبلية:** إن التصميم فن يستشرف المستقبل لأن قيم الماضي استنفدت ديمومتها وفعاليتها، وقيم الحاضر كان التخطيط لبنائها في زمن لم يعد في متناول المصمم تغييره، بسبب الحلقات الإنتاجية التي تعقب عملية التصميم، ولم يتبق للمصمم إلا استكشاف قيم جمال الغد، وعلى أساس من قدراته الإبداعية التنبئية. ومجموعة هذه القيم الفردية هي ما يسعى الإنسان المستهلك إلى تحقيقها وإشباعها. فخلاصة فلسفة التصميم وكل نظرياته وكل العمليات التصميمية التي تؤدي إلى الصناعة والإنتاج تتوجه إلي مصب واحد هو (المستهلك) باعتباره الحقيقة الموضوعية الوحيدة التي تؤكد لنا جدوى التصميم وواقعيته ونجاحه.

#### 5- التصميم والتسويق ودراسة سلوك المستهلك:

دراسة علم النفس والسلوك تعتبر من المعلومات المهمة التي تتطلبها إدارة التسويق والتصميم لمعرفة نوعيات السلع والمنتجات التي سيقوم المستهلك أو المستعمل الصناعي بشرائها ومسببات إختيارها والتي على ضوءها تتم عملية التصميم والإنتاج، والتسويق، إذن تعتبر دراسة السلوك البشري من الإعتبرات المهمة في عملية التصميم والتسويق.

عرف التسويق قديماً بأنه مجموعة من الأنشطة الإقتصادية التي تقوم بها المشروعات من أجل تحقيق الربح. والمحدثون قسموا تعريف التسويق إلى قسمين نطاق الوحدة الإقتصادية أو المشروع وهو نشاط هدفه أولاً وأخيراً تحقيق الربح. أما نطاق المجتمع ككل فهو نشاط تتعادل فيه الكميات المطلوبة من السلع والخدمات والكميات المعروضة منها، (حنا، 2008م، عن كونلر، 29).

## 6- أهمية دراسة سلوك المستهلك:

المستهلك هو ذلك الشخص الذي يمارس نشاطه التسويقي باستمرار، وذلك بإتخاذ قرارات رشيدة للشراء من أجل إختيار مواد تحقق منفعة (محيسن، 2014م، 12). ودراسة وتحليل سلوك المستهلك واحدة من أهم الأنشطة التسويقية في المنظمة، والتي أفرزتها تطورات المحيط الخارجي بسبب إحتدام المنافسة واتساع حجم ونوع البدائل المتاحة أمام المستهلك من جهة، وتغير وتنوع حاجاته ورغباته من جهة أخرى، بشكل أصبح يفرض على المنظمة ضرورة التميز في منتجاتها سواء من حيث جودتها أو سعرها أو طريقة الإعلان عنها أو توزيعها وذلك بما يتوافق مع المستهلك ولماكاناته المالية، وهذا لضمان دوام إقتنائها مما يمكن المؤسسة من النمو والبقاء، حيث تحولت السياسات الإنتاجية للمؤسسات من مفهوم بيع ما يمكن إنتاجه إلى مفهوم جديد يقوم على المستهلك بإعتباره السيد في السوق وفق ما يسمى بإنتاج ما يمكن بيعه، وهذا لا يتأتى إلا من خلال نشاط تسويقي يرتكز على دراسة سلوك المستهلك ومجمل الظروف والعوامل المؤثرة والمحددة لتفضيلاته وأنماطه الإستهلاكية، من خلال التحري والترصد المستمر لمجمل تصرفاته وآرائه حول ما يطرح عليه وما يرغب ويتمنى الحصول عليه. إن دراسة سلوك المستهلك ومعرفة حاجاته ورغباته يساعد المنظمة في تصميم منتجاتها بشكل يضمن قبولها لدى مستهلكيها، الأمر الذي يؤدي إلى إزدياد معدلات إقتنائها، وهو ما يقود إلى رفع حجم مبيعاتها وبالتالي زيادة عوائدها مما يمكنها من البقاء والإستمرار. فكلما كانت المنظمة على دراية وفهم بما يجول ويحيط بمستهلكيها كانت أقدر على الإقتراب منهم لخدمتهم ولبشباع حاجاتهم ورغباتهم لتحقيق أهدافها وأهدافهم على حد سواء. ونموذج السلوك الشرائي يتكون من (التحفيز، رد الفعل) فالبواعث التسويقية والمحفزات تتداخل ضمن أفكار المستهلك وتثير رد فعل معين، وتتألف المحفزات التسويقية من أربعة عناصر هي السلعة، السعر، الإنتشار، الترويج (Wikipedia، 2016م). نستطيع أن نرى الأفراد وسلوكهم، لكننا لا نستطيع أن نرى ما الذي يدور في عقولهم، والذي أدى إلى تصرفهم بالطريقة التي نراها أماناً. وعليه فإن الطريقة الوحيدة المتاحة أماناً هي القيام بإستنباط تلك الدوافع، والأسباب التي أدت إلى تصرفهم بالطريقة التي نلاحظها. وفي إطار هذه الدراسة التي تدور حول إتجاهات المستهلك تجاه المنتجات الجلدية من منظور القيم الوظيفية والجمالية، نجد أن معظم المنتجات الجلدية وعلى رأسها الحذاء هي من السلع الضرورية التي لا يمكن الإستغناء عنها وتلبي حاجات أساسية في حياتنا اليومية.

## 7- صناعة الأحذية الجلدية في السودان:

ذكر (عبداللطيف، 2005م، 7) كان السودان يمتلك عدداً كبيراً من مصانع الأحذية وعلى سبيل المثال شركة باتا العالمية في أوائل الستينيات والذي كان نموذجاً لأفريقيا والشرق الأوسط والذي تم تأميمه عام 1971م، مصنع تومو شوز، شركة لاركو إضافة إلى عدد كبير من مصانع متوسطة وورش مختلفة الأحجام تقدر أعدادها بأكثر من 600 ورشة. نكر (البرعي، 2002م، 12) تعتبر الفترة من 1970م-1990م العصر الذهبي في مجال صناعة المنتجات الجلدية وذلك لقيام المدابغ الكبيرة كمدبغة النيل الأبيض ومدبغة الجزيرة ومدبغة البحر الأحمر وبعض المدابغ الصغيرة الأخرى والتي كان لها أثراً كبيراً في دفع هذه الصناعة إذ نتج عنها التنافس القوي في الجودة والكمية والنوعية من كل هذه المصانع ودفع بصناعة الأحذية دفعة قوية للأمام ولكن مع بداية الألفية الثالثة بدأت الطاقات تتدنى في قطاع الصناعات الجلدية بالسودان بل أغلقت مصانع وورش وتزامن ذلك مع إغراق السوق بمنتجات الجلود الصناعية المستوردة".

وهناك أسباب كثيرة تؤدي إلى الإهتمام بصناعة المنتجات الجلدية في السودان أهمها:

1. توفر الخام الأساسي الذي يتمثل في الجلود المشطبة.
  2. صناعة تحويلية تستهلك من الدرجة الأولى مدخلات إنتاج محلية.
  3. تستوعب أعداداً كبيرة من القوى العاملة.
  4. تعتبر هذه الصناعة من الصناعات البديلة للمنتجات المستورده ومن صناعات الصادر الأساسية.
  5. وجود سوق إستهلاكي كبير ومتعدد الأنواع.
  6. قيمة مضافة ذات عائد كبير جداً لصناعة الجلود.
- بالرغم من الميزات التفضيلية المذكورة سابقاً فإنه حالياً لايعمل في هذا القطاع سوى:
- عدد واحد مصنع كبير (المصنع الأوروبي).
  - 12 ورشة كبيرة للمنتجات الجلدية أغلبها في مجال الأحذية.
  - 400 ورشة متوسطة وصغيرة.
  - 3000 ورشة قطاع حرفي يعمل أغلبها في صناعة المراكيب (إحصائيات إتحاد الغرف الصناعية، 2010م).
- ويظهر جلياً أن هنالك تدرج كبير في نسبة المصانع والورش العاملة في المنتجات الجلدية الطبيعية، والمسح الصناعي الذي أجرته وزارة الصناعة 2005م تقدر الطاقات التصميمية 100,000,000 زوج، ويشمل الأحذية الجلدية بأنواعها، والقطاع الحرفي يقدر إنتاجه بحوالي 8,000,000 زوج أغلبه المركوب بأنواعه. أما حسب دراسات وإحصائيات إتحاد الغرف الصناعية (غرفة الجلود) فإن الجدول أدناه يوضح الطاقات التصميمية والإنتاج الفعلي.

نوع المنشأة	الطاقات التصميمية (زوج)	الإنتاج الفعلي (زوج)
مصانع كبيرة	17,300,000	450,000
ورش كبيرة	875,000	314,000
ورش متوسطة	2,500,000	1,250,000
ورش صغيرة	3,000,000	960,000
ورش ريفية	1,650,000	1,155,000
الجملة	25,335,000	4,125,000

جدول يبين طاقات مصانع الأحذية والورش 2010م. المصدر: إتحاد الغرف الصناعية، غرفة الجلود. وحسب المعلومات والإحصائيات الواردة في الجدول أعلاه نجد أن هنالك عجزاً بحوالي 21,210,000 زوج، ومن نتائج المسح الصناعي لمجمل المصنوعات الجلدية يتضح أن نسبة العاملين في مجال صناعة الأحذية يشكل نسبة 71% من إجمالي المنشآت العاملة في مجال المصنوعات الجلدية ومن هنا نستنتج أن معظم العاملين في مجال المصنوعات الجلدية يعملون في مجال الأحذية. ولكل ماسبق وبالرغم من تدهور معدل الإنتاج تعتبر صناعة الأحذية هي الأمل الوحيد لتدارك صناعة المنتجات الجلدية بالسودان.

**8- الأحذية والصحة:**

يمكن أن تُسبب الأحذية غير الملائمة للقدم مشاكل عدة، مثل آلام الظهر، وآلام في العضلات الحساسة، والتعب، وصعوبة الوقوف والجروح. ويمكن أن تسبب الأحذية الضيقة بصورة ملحوظة تورم الأقدام، وتكون التصلبات الجلدية، والتواء الأصابع، كما يمكن أن تسبب إنغراس أظافر أصابع القدم في اللحم. وأي تغيير في الحذاء يعتبر عاملاً هاماً في تغيير كيفية حركة الفرد من الناحية الكينماتيكية (التغير الزمني والمكاني لأجزاء الطرف السفلي). وإذا تجاوز إرتفاع الكعب الخمس سنتمترات يعمل على تغيير طريقة المشي وتأتي معه أحمال زائدة على مناطق لم تتعود على مثل هذه الأحمال مما ينتج عنها الكثير من المشاكل الصحية". (Hamil, 1995, 36).

**9- العوامل التي يجب توفرها في الأحذية:****أ- عوامل الحماية:**

1. دعم عمل القدم أثناء المشي.
2. توفير المدى الحركي لمفاصل القدم (مدى حركي أكبر في الجري).
3. تفادي القوى المدورة (إحتكاك دوراني + دعامة القوس لمنع زيادة الدوران الداخلي).
4. تفادي القوى الزائدة (القدرة على إمتصاص الصدمات).

**ب- عوامل الأداء:**

1. الراحة (المقاس، المرونة، التهوية، منع تسرب الماء إلى الداخل).
2. الإحتكاك المناسب (خطي ووراني).
3. وزن الحذاء (وجد أن الحذاء يضيف من 3 إلى 5% طاقة مستهلكة مقارنة مع بدون حذاء). (Faculty, 2011, 11).

**10- قالب الحذاء:**

القالب هو نموذج ثلاثي الأبعاد يمثل شكل وحجم القدم وهو الذي يعطي الحذاء شكله من طول وعرض وسعة. ونوع القدم ومدى إحتياجها من الدعم الداخلي أو الخارجي يحدد نوع القالب المناسب. ويصنع من الخشب، المعدن أو البلاستيك ويكون مختلف من مصنع إلى آخر.

**11- الوظائف الأساسية للقالب:**

- رسم التصميم علي القالب في شكله الثلاثي الأبعاد ثم بعد ذلك تحويل الرسم إلي بعدين وتفصيل الرسم الي قطع حسب مواقع الخياطة في التصميم.
- تشكيل وجه الحذاء بعد التجميع والخياطة علي شكل القالب.
- تدريج القياسات للتصميم الواحد.



**12- تصميم الحذاء:**

التصميم يبدأ بتحديد الطراز وبالتالي نوع القالب ويتم عمل النموذج الأساسي عبر خطوات عديدة علي سطح القالب ويراعي فيها العوامل الوظيفية ويتم إضافة مساحات الترادف والثني والخياطه ثم فصل الأجزاء وعمل التدرج لكل قياسات الحذاء.

تعتمد صناعة الأحذية على أكثر من نشاط لتكتمل المنظومة ويجب على صاحب العمل أن يتمتع بالخبرة الكافية التي تمكنه من معرفة كل مراحل صناعة الحذاء.

هناك عوامل كثيرة تؤثر في مدي ديمومية وأداء الحذاء نختصرها في أهم عاملين هما كيفية بناء الحذاء والإهتمام بالمرحل الصغيرة والتفاصيل التقنية. أما بناء الحذاء يعتمد علي إحدي ثلاث طرق هي إما للصق المباشر أو استخدام الفليت أو الفليت عديد المراحل. وهذه الطرق الثلاثة لها نقاط ضعفها وقوتها ولا يوجد خيار يتفوق بشكل موضوعي علي الآخرين.

**إجراءات الدراسة:**

في هذه الجزئية يتناول الباحث منهج وإجراءات الدراسة ومجالها، ووصف الأدوات التي تم بها جمع المعلومات، ولسلوب تحليلها، ومن ثم نتائج الدراسة.

**منهج الدراسة:**

إعتمد الباحث علي المنهج الوصفي التحليلي الذي يسعى لتحديد الوضع الحالي للمشكلة وتحليلها وطرح الحلول لها.

**حدود الدراسة:**

أجريت الدراسة وطبقت في ولاية الخرطوم (الحد المكاني)، في العام 2015م (الحد الزمني) وتمثل مجالها في مجال التصميم الصناعي، وتصميم وصناعة الأحذية الجلدية.

**مجتمع الدراسة:**

تمثل مجتمع هذه الدراسة في مستهلكي الحذاء اليومي بولاية الخرطوم.

**العينة وكيفية إختيارها:**

شملت عينه عشوائية من مجتمع المستهلكين، وتم حساب حجم عينه من تعداد سكان ولاية الخرطوم وفق معادلة ستيفن ثامبسون وكان الناتج 384 شخص.

**أدوات الدراسة:**

إستخدمت أدوات الإستبانة والمسح والملاحظة والمقابلة الشخصية. كما إستخدم الباحث الادوات الرياضية في التحليل الإحصائي لمعلومات الإستبانة.

**كيفية جمع البيانات:****1. المقابلة الشخصية:**

لاحظ الباحث خلال زيارته والمقابلات التي أجراها مع المشرفين والفنيين في بعض المصانع والورش أن غالبية الورش والمصانع غير مهينه من ناحية بيئة العمل من حيث المساحات والإضاءة والتهوية والنظافة والخدمات، عدم وجود مصمم مختص، معظم المصانع والورش تستخدم تكنولوجيا بدائية في الإنتاج ومعظم

العمالة الموجوده بالمنشآت العاملة في صناعة الأحذية غير ثابتة ويتم إكمال النقص بالعمالة المؤقتة غير المؤهلة.

## 2. المسح والملاحظة:

قام الباحث بتطبيق هذه الأداة علي الصناعة المحلية للأحذية الجلدية المتوفرة بالأسواق والمستعملة لدي المواطن بصورة يومية وقد لاحظ أنها تكاد تنعدم فيها كل القيم الجمالية ومعظم القيم الوظيفية.

## 3. الإستبانة:

صممت إستبانة خاصة محكمة لغرض البحث تكونت من المعلومات العامة عن الشخص المستهدف والعوامل التي لها علاقة بالقيم الوظيفية والقيم الجمالية في تصميم الحذاء ثم خيارات المستهلك وإتجاهاته. وجاءت جميع عبارات الإستبيان من النوع المغلق ذات البدائل المترددة ثلاثية الإتجاهات يمثلها (نعم، لحدما، لا). إستبعد الباحث عدد 32 إستبانة تالفه لعدم فهم طريقة ملء الإستبيان وبقيت 352 إستبانة صالحة أدخلت التحليل الإحصائي وهي تعادل نسبة 91.67% وتعتبر نسبة عالية، وللتأكد من صدق الإستبانة تم تجربتها على مجموعة صغيرة من المبحوثين قبل توزيعها على كامل العينة.

## ثبات أداة الدراسة:

تم حساب معامل الثبات بإستخدام معامل ألفا كرونباخ. قد تراوحت قيمها ما بين (0.83، و 0.67) كما يتضح أن معامل الثبات الكلي للإستبانة قد بلغ (0.83) في الدراسة النهائية وهو معامل ثبات مرتفع.

## إثبات الفرضيات:

**الفرضية الأولى:** يؤثر تدني القيم الوظيفية في تصميم الحذاء المصنع محلياً علي حجم الطلب عليه: غالبية إتجاهات آراء المبحوثين حول تطبيق القيم الوظيفية في تصميم الحذاء المصنع محلياً كانت وسط وضعيف مما يؤكد تقارب مستويات رأي المبحوثين حول الفرضية. ومتوسط آراء المبحوثين حول تطبيق القيم الوظيفية للحذاء المصنع محلياً بلغ (47.91) وهو مستوى (وسط) مقارنةً مع المستوى الفرضي أوالمقارن (48) وقد بلغت النسبة التائية (0.76) بقيمة إحصائية (0.44) حيث يوجد فروق غير معنوية عند مستوى المعنوية 5%، وبلغت درجة الرأي 66.5% وهي كذلك درجة وسطية مما يؤكد على أنه يؤثر تدني القيم الوظيفية في تصميم الحذاء المصنع محلياً علي حجم الطلب عليه وهو يؤكد صحة الفرضية أعلاه.

## الفرضية الثانية: توفر القيم الوظيفية في تصميم الأحذية المستوردة يزيد من حجم الطلب عليها:

غالبية إتجاهات آراء المبحوثين حول توفر القيم الوظيفية في تصميم الأحذية المستوردة كانت عالية في معايير الجودة وتوفر المواصفات وضعيفة في الآثار السالبة حيث تخلو الأحذية المستوردة من الآثار السالبة ذات الصلة بلبس الأحذية مما يؤكد تقارب مستويات رأي المبحوثين حول الفرضية. وإن متوسط آراء المبحوثين حول توفر القيم الوظيفية في تصميم الأحذية المستوردة بلغ (57.46) وهو مستوى (عالي) مقارنةً مع المستوى الفرضي أوالمقارن (48)، وقد بلغت النسبة التائية (23.7) بقيمة إحصائية (0.00) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5%، وبلغت درجة الرأي 79.8% وهي كذلك درجة وسطية مما يؤكد على أنه توفر القيم الوظيفية في تصميم الأحذية المستوردة يزيد من حجم الطلب عليها وهو يؤكد صحة الفرضية أعلاه.

## الفرضية الثالثة: يؤثر تدني القيم الجمالية في تصميم الحذاء المصنع محلياً علي حجم الطلب عليه:

إن متوسط آراء المبحوثين حول تطبيق القيم الجمالية في تصميم الحذاء المصنع محلياً بلغ (12.58) وهو مستوى (ضعيف) مقارنةً مع المستوى الفرضي أو المقارن (14)، وقد بلغت النسبة التائية (0.28) بقيمة احتمالية (0.22) حيث يوجد فروق غير معنوية عند مستوى المعنوية 5%، وبلغت درجة الرأي 59.9% وهي كذلك درجة ضعيفة مما يؤكد على أنه فعلاً هنالك تأثير من تدني القيم الجمالية في تصميم الحذاء المصنع محلياً على حجم الطلب عليه وهو يؤكد صحة الفرضية أعلاه.

**الفرضية الرابعة:** توفر القيم الجمالية في تصميم الأحذية المستوردة يزيد من حجم الطلب عليها:

جاء متوسط آراء المبحوثين حول فرضية توفر القيم الجمالية في تصميم الأحذية المستوردة بلغ (19.13) وهو مستوى (عالي) مقارنةً مع المستوى الفرضي أو المقارن (14)، وقد بلغت النسبة التائية (43.8) بقيمة احتمالية (0.00) وهي ذات دلالة إحصائية عند الدرجة المعنوية 5%، وبلغت درجة الرأي 91.1% وهي كذلك درجة عالية مما يؤكد على أنه فعلاً تتوفر القيم الجمالية في تصميم الأحذية المستوردة مما يزيد من حجم الطلب عليها وهو يؤكد صحة الفرضية أعلاه.

**الفرضية الخامسة:** تأثير مستوى الدخل على خيارات المستهلك:

نجد أن 41.5% من أفراد العينة الذين مستوى دخلهم منخفض يوافقون على أن سعر الحذاء المحلي مناسب و 27.7% منهم يرونه مناسب إلى حد ما، كذلك نجد أن 43.4% من الذين مستوى دخلهم متوسط يوافقون على أن سعر الحذاء المحلي مناسب و 35.5% منهم يرونه مناسب إلى حد ما، و 40.9% من الذين مستوى دخلهم مرتفع يوافقون على أن سعر الحذاء المحلي مناسب و 31.0% منهم يرونه مناسب إلى حد ما. وأخيراً نجد أن قيمة إختبار بيرسون كاي 2 بلغت (8.46) بقيمة احتمالية (0.07) حيث يوجد فرق غير معنوي عند الدرجة المعنوية 5% لأفراد العينة حول تأثير مستوى الدخل على سعر الحذاء المحلي.

ونجد أن 36.8% من أفراد العينة الذين مستوى دخلهم منخفض يوافقوا على أن سعر الحذاء المستورد مناسب و 26.5% منهم يرونه مناسب إلى حد ما، لكن نجد أن 46.1% من الذين مستوى دخلهم متوسط لا يوافقون على أن سعر الحذاء المستورد مناسب، و 28.9% منهم يرونه مناسب إلى حد ما، و 39.2% من الذين مستوى دخلهم مرتفع لا يوافقوا على أن سعر الحذاء المحلي مناسب و 27.6% منهم يرونه مناسب إلى حد ما. وأخيراً نجد أن قيمة إختبار بيرسون كاي 2 بلغت (5.41) بقيمة احتمالية (0.25) حيث يوجد فرق غير معنوي عند الدرجة المعنوية 5% لأفراد العينة حول تأثير مستوى الدخل على سعر الحذاء المستورد. ما يدل على عدم ثبات الفرضية أعلاه.

**الفرضية السادسة:** يؤثر سعر الحذاء المحلي على حجم الطلب عليه.

نجد أن 40.9% من أفراد العينة يوافقوا على أن سعر الحذاء المحلي يتناسب مع طلباتهم، و 31.0% منهم يرون أن سعر الحذاء المحلي مناسب إلى حد ما معهم، وأخيراً نجد أن قيمة إختبار بيرسون كاي 2 بلغت (9.51) بقيمة احتمالية (0.00) وهي ذات دلالة إحصائية عند الدرجة المعنوية 5%. ما يدل على عدم ثبات الفرضية أعلاه.

**الاستنتاجات:**

إستناداً إلى نتائج التحليل الاحصائي وتحليل البيانات ووجهة نظر الباحث فقد تم التوصل للاستنتاجات التالية:

أ- مصدر الاحذية التي يستخدمها المستهلك يومياً:

- الاحذية المصنعة محلياً تمثل نسبة ضئيلة جداً في معدل الاستهلاك الكلي بنسبة تساوي 9.4% فقط.

ب- تدني القيم الوظيفية في تصميم الحذاء المصنوع محلياً يؤثر على حجم الطلب عليه:

أولاً: (معايير جودة الأحذية):

حيث نجد أن مستويات الرأي عند ترتيبها ترتيباً تنازلياً كانت كالتالي:

1. أن الجلود المستخدمة في صناعة الأحذية المحلية نالت رضا المستهلك وجاء في قمة الترتيب التنازلي مرونة جلد وجه الحذاء ثم متانة جلد وجه الحذاء، وجود بطانة ناعمة وجود بطانة ماصه للعرق، إلا أن التقييم يظل وسط ولم يرق لدرجة موافق.

2. هناك ضعف في النسب في تصميم الوجه: ويرجع سبب القصور فيها إلي عدم الرجوع إلي مصمم مختص. يستخدم أصحاب الورش تصاميم مجهزه بطريقة عشوائية وغير علمية من موديلات قديمة بحيث لا تتطابق لا مع القالب ولا مع ارتفاع النعل مما ينتج عنه حذاء غير سليم.

3. متانة لزنق وجه الحذاء مع النعل: كانت نتائج المستطلعين حول لزنق وجه الحذاء مع النعل وسط. لاحظ الباحث أن نوع اللاصق المستعمل في المصانع والورش في السودان من النوع الجيد ويرمز له ب(TR) ويتم تسخينه علي النعل بعد دهنه ويمتاز بالمتانة. والخلل الذي يطرأ علي درجة المتانة ناتج من عدم مهارة الفني في عمله أو عدم إستعمال المكبس بعد جمع النعل الخارجي مع النعل الداخلي. وهناك سبب آخر وهو إستيراد نعل مصنعه من ال(PU) غير قابله للتماسك مع هذا النوع من اللاصق.

4. أجمعت مستويات الرأي علي تدني كفاءة مواصفات النعل المستخدمة في صناعة الأحذية المنتجة محلياً بكل المقاييس (مقاومة التآكل والكسر وامتصاص الصدمات). وسبب ذلك أن أصحاب المصانع والورش المحليين يستخدمون إحدوي ثلاثة أنواع من النعل التجارية يتم شراؤها علي شكل لوح وتتفاوت خواصها حسب درجة الكثافة بعضها ينكسر أو يتآكل وينضغط ويقل سمكه وأردأها جميعا مايسمي تجارياً بالفاو. أما النعل المقولبة فيتم صنعها من إعادة تدوير المخلفات البلاستيكية وتفقد تماماً للمرونة وامتصاص الصدمات.

5. خياطة وجه الحذاء مع النعل تتم عن طريق شد النعل الخارجي على القالب ورافقه جنباً الى جنب مع النعل الداخلي على القالب. ويخاط الحذاء من خلال الفليت، وهذا النوع من الخياطة يمثل قمة الجودة في تجميع وبناء الحذاء. وتوجد خياطة لوجه الحذاء مع النعل الداخلي في نوع معين من المراكيب السودانيه وتخلو منها الأحذية الأخرى بالسودان.

## ثانياً: الآثار السالبة ذات الصلة بلبس الأحذية:

1. إن مستويات الرأي حول (ألم وجروح عند العقب "العرقوب") كانت أعلى نسبة وهذا الألم ناتج عن خلل في التصميم حيث أن معدل إرتفاع المحيط الكعبي يتناسب مع مقياس القالب وفق عملية حسابيه دقيقه وأن الفنيين بالمصانع والورش بالسودان يستخدمون سمك الأصبع لتحديد مستوي الإرتفاع، وهذا الخلل يؤدي إما إلي زياده في الطول أو النقصان وتؤدي الزيادة في الطول إلي حدوث إحتكاك بالعقب عند حركة دوران مفصل العقب الي أعلى وتحرك عظام الرسغ والمشط والسلاميات إلي أسفل ومع توالي الخطوات وتكرار الإحتكاك يتكون الجرح.
2. إن الألم في منطقة الأصابع يعود إلي واحد من سببين أولهما عدم الدقه في إختيارالمقاس المناسب للحذاء من قبل الزبون(مقاس أصغرمن المطلوب)والسبب الثاني خلل في تصميم القالب. ويؤدي إستعمال قوالب مستورده إلي عدم تطابق الأحذية مع الأقدام السودانيه حيث أن التباين الإثني يرافقه تباين في المقاييس الأنثروبومترية.
3. إن إنزلاق الحذاء "الشبشب" خارج القدم أثناء المشي يعود في أحوال كثيره إلي خطأ في التصميم فتكوين فكرة التصميم بإستخدام عنصر الخط أو السطح يحتاج إلي مراعاة توزيع نسب الأبعاد في وجه القدم بين طرف القدم والرسغ وأكثر التكوينات قابلية للتمسك بالقدم التي تحتوي علي شسع(سير) يمسك النعل بأصابع القدم). وميل الشبشب للخروج من القدم يتناسب عكسياً مع مدي إرتفاع كعب النعل ودرجة مرونة النعل وطرديا مع وزنه.
4. خروج الحذاء المقفول من القدم أثناء المشي بمنطقة العقب ناتج عن خلل في التصميم، فقصر إرتفاع المحيط الكعبي عن الطول الصحيح يؤدي إلي تصميم حذاء بدوران كبير يتوافق مع المنطقه العريضة من أسفل الكعب ما يؤدي إلي زيادة إتساع فتحة الحذاء مع قصرها يؤدي إلي إنزلاق الحذاء خارجاً أثناء عملية المشي.
5. يرجع ثقل وزن الحذاء إلي نوع الخامه المستعملة في صناعة النعل وطريقة صناعته.
6. إن الإحتكاك والألم عند أعلى نقطة في وجه القدم، يرجع أساساً إلي زياده في طول وجه الحذاء عن الطول القياسي في أسس التصميم، أو خطأ في التشطيب أوالمبالغة في الشد.
7. وجود ألم عند منطقة الكعب يرجع إلي عدم توفرخاصية المرونة في النعل وتكرار إستخدام القدم مع الأرض مع كل خطوه يؤثر علي مفاصل عظام الرسغ ويبدأ الشعور بالألم.
8. وجود ألم ووخز بباطن القدم يرجع إلي وجود نعل داخلي ضعيف الخامه والسمك. عادةً ما يحتوي النعل الخارجي علي فراغات علي سطحه الأعلى المقصود منها تخفيف وزن النعل وتحتاج إلي نعل داخلي يتحمل ضغط وزن الجسم علي هذه الفتحات ويفصل هذه الفتحات عن سطح القدم تماماً ولايتأثر بوجودها.

## ثالثاً: مدى توفر معايير الراحة ورضا العميل:

1. أعلى مستويات رضا المستهلك تمثلت في السعر المناسب لبيع الحذاء المحلي.
  2. أقل مستويات رضا المستهلك تمثلت في عدم توفر رقم ثابت لمقاس الحذاء ويرجع السبب إلي عدم وجود قوالب مصممة خصيصاً لقدم المستهلك السوداني بنوعيه وأعمارهم المختلفة.
- نستنتج من المحاور أعلاه غالبية اتجاهات آراء المبحوثين حول تطبيق القيم الوظيفية في تصميم الحذاء المصنع محلياً كانت وسط وضعيف مما يؤكد تقارب مستويات رأي المبحوثين حول فرضية تأثير تدني القيم الوظيفية في تصميم الحذاء المصنع محلياً علي حجم الطلب عليه.

## ج\_ توفر القيم الوظيفية في تصميم الأحذية المستوردة يزيد من حجم الطلب عليها:

- مستويات رأي المبحوثين في فرضية توفر القيم الوظيفية في تصميم الأحذية المستوردة مرتبة ترتيباً تنازلياً من أكثر عبارة إرضاء للمبحوثين الي أقل عبارة حيث نجد في:
- (معايير جودة الأحذية عالمياً) أن مستويات الرأي حولها كان "عالي".
- (الآثار السالبة ذات الصلة بلبس الأحذية) كانت كل متوسطات الرأي تميل إلي درجة عدم الموافقة.
- (توفير الموصفات) كانت مستويات الرأي حولها (عالي) بينما نجد المتغير "مناسبة سعر الحذاء المستورد" رأي المستطلعين حولها (ضعيف).

نستنتج من المحاور أعلاه غالبية اتجاهات آراء المبحوثين حول توفر القيم الوظيفية في تصميم الأحذية المستوردة كانت عالية في معايير الجودة وتوفير الموصفات وضعيفة في الآثار السالبة حيث تتدني في الأحذية المستوردة الآثار السالبة ذات الصلة بلبس الأحذية.

## د- يؤثر تدني القيم الجمالية في تصميم الحذاء المصنع محلياً علي حجم الطلب عليه.

- مستويات رأي المبحوثين في تطبيق القيم الجمالية في تصميم لحداء المصنع محلياً مرتبة ترتيباً تنازلياً مستوي جودة دباغة الجلد وتشطيبه، الألوان المناسبة حولها كان (وسط).
- بينما نجد البنود مستوي جودة الخياطة، مستوي التشطيب النهائي، مستوي جودة التفصيل، مستوي الاكسسوارات المستخدمة في الحذاء، جمال التصميم. كان رأي المستطلعين حولهم (ضعيف).

نستنتج من المحاور أعلاه غالبية اتجاهات آراء المبحوثين حول تطبيق القيم الجماليه في تصميم الحذاء المصنع محلياً كانت وسط وضعيف مما يؤكد تقارب مستويات رأي المبحوثين حول فرضية تأثير تدني القيم الجماليه في تصميم لحداء المصنع محلياً علي حجم الطلب عليه.

## هـ- توفر القيم الجمالية في تصميم الأحذية المستوردة يزيد من حجم الطلب عليها.

- مستويات رأي المبحوثين في فرضية توفر القيم الجمالية في الأحذية المستوردة مرتبة ترتيباً تنازلياً: جمال التصميم، الألوان المناسبة، مستوي جودة التفصيل، مستوي التشطيب النهائي، مستوي الإكسسوارات المستخدمة في الحذاء، مستوي جودة الخياطة، مستوي جودة دباغة الجلد وتشطيبه. كان رأي المستطلعين حولهم (عالي).
- بلغت درجة الرأي 91.1% وهي درجة عالية مما يؤكد على أنه فعلاً تتوفر القيم الجمالية في تصميم الأحذية المستوردة مما يزيد من حجم الطلب عليها وهو يؤكد صحة الفرضية أعلاه.

## و- أثر مستوى الدخل علي خيارات المستهلك.

- 41.5% من أفراد العينة الذين مستوى دخلهم منخفض يوافقون علي أن سعر الحذاء المحلي مناسب و 27.7% منهم يرونه مناسب إلي حدما.
- 43% من الذين مستوى دخلهم متوسط يوافقون علي أن سعر الحذاء المحلي مناسب و 35.5% منهم يرونه مناسب إلي حدما.
- 40.9% من الذين مستوى دخلهم مرتفع يوافقون علي أن سعر الحذاء المحلي مناسب و 31.0% منهم يرونه مناسب إلي حدما.
- مستويات رأي المبحوثين لم تثبت فرضية وجود تأثير لمستوى الدخل علي إختيار الحذاء المحلي بالرغم من أن 71.9% من من أفراد العينة مستوى دخلهم الشهري منخفض، ولكن يؤثر علي خياره بوضوح تجاه الماركات العالمية.

نستنتج من ترتيب الصفات التي تؤثر في خيارات شراء الحذاء لدي المستهلك أنه يتأثر بدرجة الأداء الوظيفي والقيمة الجمالية أكثر من تأثره ب(ديمومة الحذاء، نوع الخامة، السعر ثم الماركة العالمية).

## ز - أثر سعر الحذاء المحلي علي حجم الطلب عليه:

- أثبتت إحصائيات إتجاهات رأي المبحوثين أن سعر الحذاء المحلي مناسب ولم يؤثر علي حجم الطلب عليه. فجد أن 40.9% من أفراد العينة يوافقون علي أن سعر الحذاء المحلي يتناسب مع طلباتهم 31.0% منهم يرون أن سعر الحذاء المحلي مناسب إلي حد ما معهم.
- قد ترأس (السعر المناسب) قائمة الصفات المتوفرة للأحذية المصنعة محلياً في حين تذييل (السعر المناسب) قائمة الصفات المتوفرة للأحذية المستوردة مايدل علي أن السعر ليس أحد أسباب كساد المنتج المحلي.
- عدم ثبات صحة الفرضية (يؤثر سعر الحذاء المحلي علي حجم الطلب عليه) يرجح وبدرجة كبيرة فرضية (تدني القيم الوظيفية والجمالية في تصميم المنتج المحلي تؤثر علي حجم الطلب عليه) وأن المستهلك يختار وفق هذه القيم.

## 13/ إستنتاجات المقابلات الشخصية والملاحظة:

1. عدم الإهتمام بتدريس علوم تصميم الأحذية كاملة وضآلة المناهج بالمراكز الحرفية.
2. ندرة الكوادر المؤهلة في مجال تدريس تصميم الأحذية.
3. عدم وجود مرجعية أنثروبومترية لقياسات أبعاد جسم الإنسان السوداني عموماً ومرجعية لقياسات الأقدام السودانية خصوصاً.
4. الجهل بتطبيق قواعد علم الأرجونوميكس عند تصميم وتصنيع المنتجات السودانية الإستعمالية ومن بينها الأحذية لغياب المعلومات والبيانات.
5. ندرة وجود المصممين المختصين في المصانع والورش المنتجة.
6. عدم الإهتمام بعمل النماذج التجريبية والنماذج النهائية.
7. عدم الإهتمام بدراسة السوق.
8. لاتهم إدارات المصانع بأداء الإختبارات المعملية.

9. يعتمد أصحاب المصانع والورش علي تصنيع تصاميم منقوله بطريقة النسخ المباشر فيأتي المنتج مشوهاً خالياً من كل خصائصه الوظيفيه والجمالية.

#### التوصيات:

على ضوء الإستنتاجات المتحصلة من هذه الدراسة وظروف إجراءات التجربة الميدانية, قام الباحث بوضع عدة توصيات, الغرض منها تجنب بعض العقبات الفنية وهي:

#### الجهات البحثية:

1. إجراء مسوحات ودراسات (أنثروبومترية) إحصائية شاملة لقدم المواطن السوداني بجميع أعراقه وقبائله للإستناد عليها في تصميم وتصنيع قوالب الأحذية ووضع ذلك كمرجعية علمية في صناعة الأحذية.
2. تصميم وصناعة قوالب بأرقام قياسية ثابتة علي أن يتدرج الرقم الواحد إلي مقاسين صغير وكبير لنفاذي مشكلة مقاس القدم التي بين رقمين وهي شائعة وتسبب ألم في منطقتي الأصابع والعقب.
3. الإهتمام بتطبيق الإعتبارات التشريحية ووظائف الأعضاء علي تصميم وتصنيع الأحذية والتي تراعي تركيب القدم وحركته.
4. العمل علي تطوير الحذاء الشعبي(المركوب) ومعالجة مشاكله التي لاتخرج من الإطار الوظيفي والجمالي.

#### المؤسسات الأكاديمية والجامعات ومراكز التدريب المهني:

- 1- تصميم منهج لتدريس تصميم الأحذية في قسم الأزياء بكلية الفنون لتخريج مصممي أحذية ذوي كفاءة عالية.
- 2- تفعيل دور الحاضنة التكنولوجية لصناعة الجلود بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا بتعيين مصممين مختصين والإهتمام بمتابعة التقنيات الحديثه لصناعة الأحذية من ماكينات لما لها من دور واضح في جودة الإنتاج والإنتباه لضرورة تدريب رواد الأعمال الجدد على أسس إدارة الجودة والإبتكار وتوعيتهم بأهمية أنشطة تصميم المنتج في نجاحهم مستقبلاً.
- 3- تحديث مناهج تصميم وصناعة الأحذية بمراكز التدريب المهني لتواكب التطور ومستوي الجودة في التصميم والعمليات الإنتاجية المختلفه.
- 4- إدخال مناهج ومفاهيم التسويق الحديث ضمن مقررات الكليات التطبيقية والمعاهد الحرفية.

#### الجهات الحكومية ذات الصلة بالصناعة:

- 1- الإهتمام من جانب وزارة الصناعة ومؤسسات البحث العلمي بالتعاون مع الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس لتعميم المواصفات العلمية والمقاييس لصناعة الأحذية والزام المنتجين بها.
- 2- علي الدولة تبني مشروع مصنع للنعول يخضع للمواصفات والمقاييس الدولي في صناعة النعول.
- 3- فتح فرص التمويل عبر منافذ التمويل المختلفة لدعم إنشاء مقومات هذه الصناعة.
- 4- لما للمركز القومي لتكنولوجيا الجلود من ريادة في تقانة وبحوث الصناعات الجلدية نوصي المركز:
  - تصميم برامج تدريبية متقدمة في جودة دباغة الجلود.
  - ترسيخ مفهوم التصميم وأهميته وأثره علي المنتج النهائي لأصحاب العمل.
  - الإهتمام بتصميم دورات تدريبية للجودة لكل مرحلة من مراحل الإنتاج علي حده.



- الإهتمام بالتدريب الخارجي لنقل التقانات الحديثه والخبرات.
- خلق صلة بين المركز والجهات المنتجة لإجراء إختبارات الجودة بالمعامل المحهزه لهذا الغرض.
- التعاون مع أصحاب الورش والمصانع في إخراج التصاميم(عمل النموذج الأساسي والنموذج النهائي وتدرج القياسات) يسهم في وضع بصمة واضحة في جودة المنتجات المحلية.

#### إدارات المصانع والورش المنتجة للأحذية:

1. توظيف المصمم المختص لأنه يوفر فرص نجاح أكبر للمنتج الجديد أو تطوير القديم كما يجب توفير فرص التدريب المناسب له.
2. الأهتمام بعمل نماذج نهائية للتصميم تساعد علي تقديم منتجات بجوده عالية.
3. الإهتمام بدراسة السوق والعوامل المؤثرة علي المنتج.
4. الإهتمام بالمراحل التي تؤثرعلي جمال الحذاء مثل مرحلة إختيار الجلد والقطع والثني والخياطة والتشطيب والإكسسوار لما للنتائج الجمالي الأخير من أثر علي السلوك الشرائي للمستهلك.

#### المراجع:

- 1- عبدالله عطيه بسيوني،(1973م)،التربية الفنية والتحليل النفسي،المطبعة الحديثه،القاهرة، مصر.
- 2- زكريا عبدالباسط حسني،(2000م)،أبعاد في سلوك المستهلك، دار مكتبة الهلال للطباعة والنشر، بيروت.
- 3- بحث بعنوان سلوك المستهلك(14/03/2011م)،تاريخ الاطلاع 2016/2/1م  
<http://www.startimes.com>
- 4- أحمد الشيخ أبو،(يونيو 2014م)،ورقة صناعة الجلود واقع الحال وآفاق المستقبل(الفرص والتحديات).منتدى الصادرات الصناعية،وزارة الصناعة.
- عبد الكريم بابكرهارون،(2007م)،المواصفات وأثر تطبيقها علي المنتجات،ورشة عمل بالهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس،الإدارة العامة للمواصفات القياسية.
- 5- إسماعيل شوقي،(2001م)،التصميم عناصره وأسسها في الفن التشكيلي(الطبعة الثانية)،شركة الأمل للطباعة والنشر،القاهرة.
- 6- الهادي الطيب حسن،(2000م)، تقويم تصميم المقعد الدراسي في ضوء معايير تكنولوجيا التعليم (رسالة ماجستير غير منشورة ) كلية التربية جامعة الخرطوم.
- 7- عاطف الحاج الشيخ عبد الله(2009م)،العوامل البشرية(الأرجونوميكس) وتأثيرها علي تصميم المنتج الصناعي،رسالة دكتوراه(غير منشورة)،مجلس البحوث الهندسيه والتقانات الصناعيه،أكاديمية السودان للعلوم.
- 8- خالد الكبيسي(2002م)،علم وظائف الأعضاء(Physiology)، دار وائل،عمان.
- 9- عادل عبد البصير،إيهاب عادل عبد البصير،(2007م)،التحليل البيوميكانيكي بين النظرية والتطبيق في المجال الرياضي،المكتبة المصريه،الإسكندريه.
- 10- محمد نصر الدين رضوان،(1997م)،المرجع في القياسات الجسميه، دارالفكرالعربي، القاهرة.
- 11- wikipedia.org، مارس 2015م، التسويق.

- 12- أياد حسين عبد الله موسوعة فن التصميم الفلسفة النظرية التطبيق في (الأحد أكتوبر 18, 2009م)  
تاريخ الإطلاع (13 أبريل 2013م) من <http://hccae.dahek.net/t13-topic>
- 13- نسيم حنا (2008م)، مبادئ التسويق، دارالمريخ، المملكة العربية السعودية.
- 14- [https://ar.wikipedia.org/wiki/Hassan\\_lacher](https://ar.wikipedia.org/wiki/Hassan_lacher) حول سلوك المستهلك 9 فبراير 2016، تاريخ الإطلاع 26،6،2016م.
- 15- أحمد العربي محيسن، أكتوبر 2014م، تاريخ الإطلاع (20-5-2015م).  
<http://drabomohamedelmasry.blogspot.com>
- 16- حسين المرضي عبد اللطيف، (في الفترة ما بين 15-30 يناير 2003م)، ورقة واقع الصناعة في السودان، مؤتمر التنمية الصناعية، الخرطوم، وزارة الصناعة.
- 17- الهادي عثمان برعي، (2010م)، الصناعة في السودان الماضي وآفاق المستقبل، الخرطوم للطباعة، الخرطوم، 2002م.
- 18- إحصائيات إتحاد الغرف الصناعية 2010م.
- 19- المسح الصناعي لوزارة الصناعة 2005م.
- 20- Hamil, J. and Kuntzen, K (1995). Biomechanical basis of human movement. Williams & Wilkins.
- 21- [Faculty.ksu.edu](http://Faculty.ksu.edu). [aculty.ksu.edu.sa](http://aculty.ksu.edu.sa).