

## تمهيد

يسعى الإنسان دائما وباستمرار إلى تحسين أساليب عيشه من خلال التأثير على محيطه بمختلف الوسائل والأساليب التي تمكنه من التغلب على العراقيل التي تواجهه ، وهذا يعني أن له طموحات لا تنتهي و حاجات متعددة ومتنوعة يسعى لتلبيتها.

✓ لسد الجوع نحتاج إلى : الطعام.

✓ عند الشعور بالتعب نحتاج إلى : الراحة والنوم.

✓ للتنقل بسرعة نحتاج إلى : السيارة ، الدراجة ، ...

✓ لالتقاط قنوات فضائية نحتاج إلى : مستقبل رقمي.

## 1. تعريف الحاجة

الحاجة هي الرغبة أو الضرورة المعبر عنها من طرف المستهلك.

## 2. أنواع الحاجات

حاجات الإنسان كثيرة ومتنوعة ويمكن تصنيفها حسب مجموعات متجانسة على الشكل التالي:

✓ أساسية (الأكل ، اللباس ،...) أو ثانوية (ممارسة هواية ، السفر السياحي ، ...)

✓ فردية (الأكل ، النوم ،...) أو جماعية (ممارسة أنشطة رياضية جماعية،...)

✓ حاضرة (شراء قلم ، الاجتهاد ،...) أو مستقبلية (التخطيط لشراء منزل ، الحصول على عمل بعد إتمام الدراسة ،...)

كما أن هناك حاجات أخرى حاول عالم النفس الأمريكي ماسلو "MASLOW" ترتيبها حسب الأهمية والأولوية معتمدا على سلوك الغالبية العظمى من الأشخاص ، حيث كلما تم إشباع حاجة ظهرت أخرى من مستوى أعلى.



أ . الحاجات الفيزيولوجية : هي الحاجات الأولية المتمثلة أساسا في الأكل والشرب واللباس... والتي تعتبر ضرورية للعيش.

ب . الحاجة إلى الأمان : عندما تتحقق للإنسان سبل العيش فإنه يبحث على أن يكون مطمئنا وأمنا من الأخطار التي يمكن أن تحدث به.

ج . الحاجة للإنتماء : تمثل الرغبة في الإلتناء إلى جماعة معينة مثل الانخراط في نادي رياضي ،الانتماء إلى حزب سياسي،...

د . الحاجة إلى التقدير : تمثل رغبة الفرد في الحصول على تقدير الآخرين،مثل حاجة التميز إلى تقدير أساتذته، حاجة الابن إلى تقدير والديه وأصدقائه،...

ه . الحاجة إلى تحقيق الذات : تتمثل في إحساس الفرد بالحاجة إلى تحقيق أهداف متميزة، كشراء سيارة فاخرة، قضاء العطلة الصيفية في أرقى المنتجعات السياحية،...

### 3 . مفهوم المنتج

#### 3.1. تعريف

المنتج هو كل شيء ملموس أو غير ملموس يلبي حاجة معينة لدى المستهلك. أمثلة : قلم، تلفاز، خدمة فندق...

#### 3.2. خصائص المنتج

للمنتج خصائص عامة تجعله يكون :

- ✓ إما بسيطاً مثل الكأس ، المحلاة ،... أو مركباً مثل التلفاز ، السيارة ،...
- ✓ إما فريداً مثل اللوحة الفنية ،... أو مصنوعاً بأعداد كبيرة مثل المصباح ،...
- ✓ إما كاملاً مثل القلم ،... أو جزئياً مثل البرغي كعنصر ،...

#### 3.3. أنواع المنتجات

عندما نتكلم عن المنتجات غالباً ما يتجه تفكيرنا نحو المنتجات المادية (الأشياء الملموسة) وهذا غير صائب دائماً ، فعندما نقضي ليلة مبيت في فندق فإن ما قام به هذا الأخير هو إنتاج لخدمة. إذن يمكن للمنتج أن يكون أيضاً لامادياً.

يصنف المنتج إلى :

✓ مادي : الأشياء التقنية، المواد الغذائية...

✓ لا مادي : الخدمات بصفة عامة.

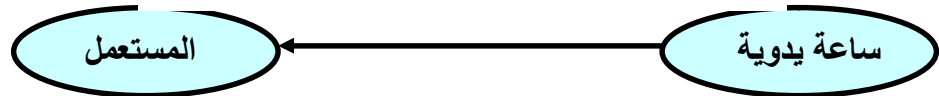
**نشاط تقييمي 1** : رتب في جدول الحاجة و المنتج المناسب لتبليتها .

البريد – العلاج – كتاب – بعث رسالة – الأدوية – مواد غذائية – المطالعة – الأكل

### 4 . مفهوم الوظيفة

مثال :

ما هي الخدمة التي تقدمها الساعة اليدوية للمستعمل ؟



تمكن الساعة اليدوية المستعمل من ضبط الوقت . نقول أن الخدمة التي تقدمها الساعة اليدوية تعبر عن وظيفتها ، ويمكن صياغة هذه الوظيفة على الشكل التالي : " ضبط الوقت " .

أمثلة لوظائف بعض المنتجات :

الوظيفة	المنتج
نقل الأشخاص والأمتعة	سيارة
إنارة محيط	مصباح
تقديم خدمات طبية	مستشفى

4.1. تعريف : الوظيفة هي ما ينجزه منتج ما بغاية تحقيق هدف معين.

#### 4.2. أنواع الوظائف

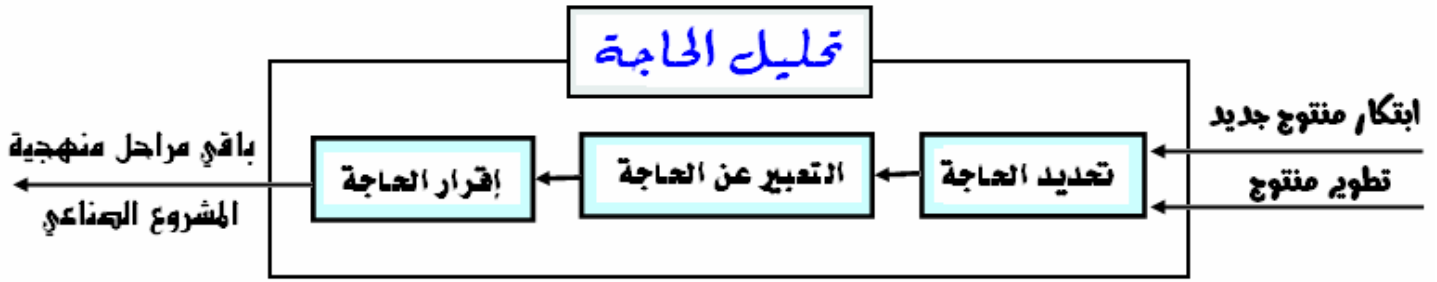
✓ الوظائف الخدمائية : تعبر عن الوظائف التي لها علاقة بالخدمة التي يقدمها المنتج وغالباً ما تصاغ على شكل

وصف لما ينجزه المنتج ليلبي حاجة المستعمل .

✓ الوظائف التقنية : تتعلق بالخدمات التي تنجزها المكونات الجزئية للمنتج قصد تحقيق الوظائف الخدمائية.

## 5. تحليل الحاجة

تحليل الحاجة مرحلة أولى أساسية من مراحل منهجية المشروع الصناعي ، إذ تساعد المنتج على تحليل ودراسة المعطيات المتوفرة حول حاجة المستهلك إلى المنتج الجديد ، وتختتم في نهايتها إما بإقرار مواصلة المشروع أو العدول عنه في هذه المرحلة المبكرة ربحاً للوقت والمال والجهد ، ويمكن تمثيل مكونات هذه المرحلة بالخطاطة التالية :

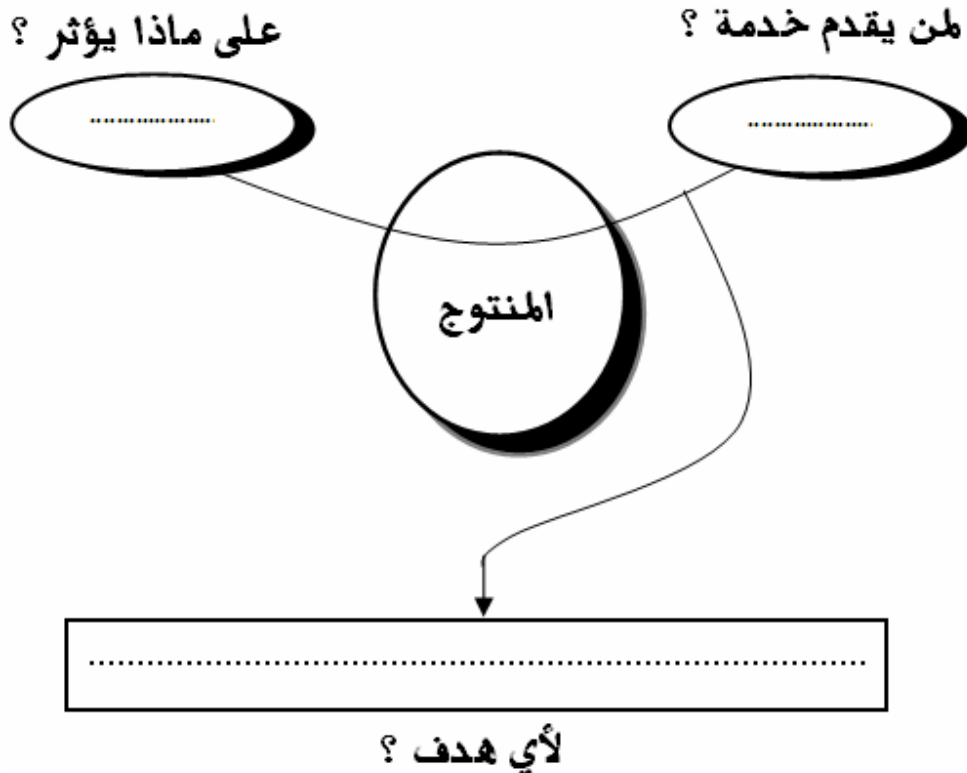


### 5.1. تحديد الحاجة

لتحديد مواصفات المنتج المراد صنعه ومعرفة مدى الإقبال الذي سيحظى به ، يقوم المنتج بالتصنت على السوق ودراسة تقلباته وجمع أكثر ما يمكن من المعلومات وآراء المستهلكين باستعمال طرق ووسائل متعددة من أهمها " التسال " . " التسال " هو وثيقة تتضمن مجموعة من الأسئلة حول المنتج الجديد (الشكل ، اللون ، الثمن ،...) توجه للمستهلك للإجابة عنها، ثم تؤخذ هذه الأجوبة وتدرس بدقة وعناية.

### 5.2. التعبير عن الحاجة

للتعبير عن الحاجة نستعين بما يسمى " بياني الحاجة " (Bête à cornes) .



لمن يقدم خدمة؟ أي من العنصر الذي يستفيد من تلك الخدمة المقدمة من طرف المنتج؟

على ماذا يؤثر؟ أي ما هو العنصر الذي يؤثر عليه المنتج بتلك الخدمة التي يقدمها؟

لأي هدف؟ أي ما هي وظيفة المنتج؟

### 5.3. إقرار الحاجة

بعد تحديد الحاجة و التعبير عنها، تأتي مرحلة إقرار الحاجة كعملية ضرورية تجيب على سؤال أساسي : ما مدى استقرار هذه

### الحاجة ؟

إذا تبين أن الحاجة للمنتوج عابرة أو ظرفية، فلا جدوى من المرور إلى المراحل الموالية.

1- لماذا وجدت هذه الحاجة ؟

- لأي هدف ؟

- ما الدافع لذلك ؟

2- ما الذي يمكن أن يجعلها تتطور؟ أو تختفي ؟

3- هل هناك احتمال اختفاء الحاجة ؟ أو تطورها ؟

**خلاصة :** اتخاذ القرار بمتابعة أو عدم متابعة البحث في إنجاز المشروع

### 5.4. نشاط تقييم تحليل الحاجة

**وضعية- مسألة :** يرغب الإنسان في حفظ بعض المواد الغذائية لاستعمالات مستقبلية ، لكنه يخشى أن تتعفن أو تصبح غير

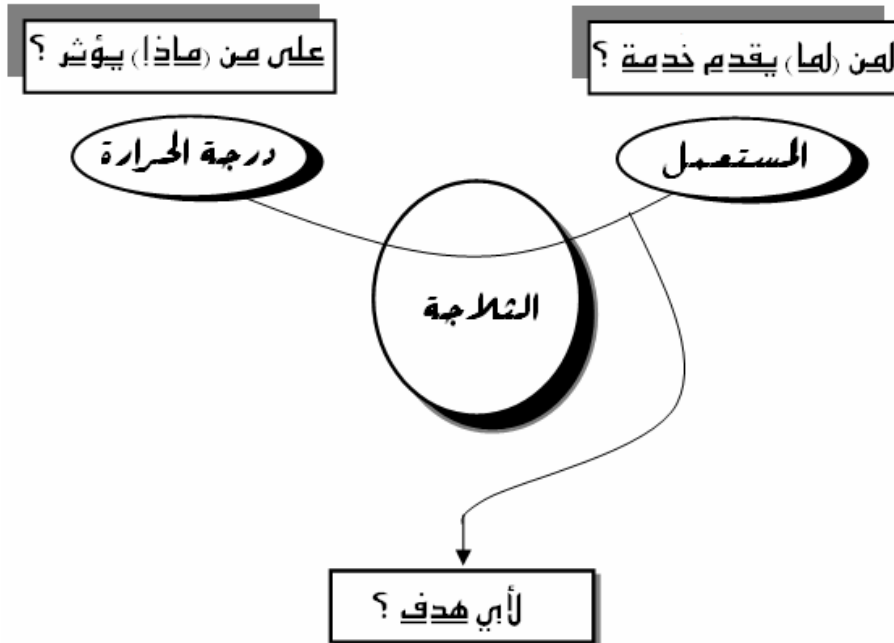
صالحة للإستعمال .

أ . تحديد الحاجة :

✓ الحاجة المعبر عنها : حفظ بعض المواد الغذائية لاستعمالات مستقبلية

✓ المنتج المناسب : الثلجة

ب . التعبير عن الحاجة : استعمال " بياني الحاجة "



تمكين الاستعمال من حفظ المواد الغذائية من التعفن

### ج . إقرار الحاجة : (أسئلة إقرار الحاجة)

1- لماذا وجدت هذه الحاجة ؟

- لأي هدف ؟ حفظ المواد الغذائية من التعفن

- ما الدافع لذلك ؟ إصابة المواد الغذائية بالتعفن إثر تعرضها لدرجة حرارة مرتفعة

2- ما الذي يمكن أن يجعلها تتطور أو تختفي ؟

- عدم تعفن الأغذية

- ظهور تقنيات جديدة لحفظ المواد الغذائية

- استغناء الإنسان عن حفظ المواد الغذائية

3- هل هناك احتمال اختفاء الحاجة ؟ أو تطورها ؟

- مستحيل ، نظرا لامتلاء الجو بالميكروبات والجراثيم

- ممكن على المدى البعيد ، نظرا للتقدم المتزايد الذي يعرفه مجال العلوم والتكنولوجيا

- احتمال ضئيل جدا ، لأن الإنسان لا يشتري من المواد الغذائية ما يستعمله فقط في تلك اللحظة بل يفتني استعمالات

اليوم والأسبوع والشهر...

**خلاصة :** لقد تم التأكد من خلال الإجابة على أسئلة الإقرار السابقة أن الحاجة إلى التلاجة مستقرة على المدى المتوسط وبالتالي

يتم إقرارها.