

تصميم تطبيق مقترح للهواتف الذكية يتيح إمكانية إختيار وتسويق القماش المناسب لتصميم الجونله الحريمي

أ.م.د/ صافيناز سمير محمد عبد المقصود

أستاذ مساعد الملابس والنسيج - قسم الإقتصاد المنزلي - كلية التربية النوعية - جامعة الزقازيق

ملخص البحث:

يهدف البحث إلى تصميم تطبيق مقترح للهواتف الذكية يمكن تحميله مباشرة من شبكة الانترنت ويقدم معلومات متنوعة وموثقة للسيدات عن مسميات وأشكال تصميمات الجونلات المختلفة وأنواع الأقمشة والخامات المناسبة لها باستخدام تكنولوجيا الهواتف الذكية، وتوفير البيانات الخاصة بهذه الأقمشة في أقل وقت وجهد ممكن قبل الشراء، بالإضافة إلى تمكين اصحاب محلات الأقمشة من ادراج أقمشة جديدة لعمل دعاية وتسويق لما لديهم من اقمشة بسهولة ويسر مما يحقق زيادة في مبيعات الأقمشة المحلية وربح اسرع، وبالتالي تقديم خدمة لأفراد المجتمع المعنيين.

ويتبع البحث كلاً من المنهج التجريبي والوصفي لتحقيق أهداف البحث، والذي يأتي ضمن الدراسات العربية الأولى المهمة بهذا المجال، وقامت الباحثة بعرض التطبيق المقترح على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال الملابس والنسيج، وفي مجال البرمجة، بالإضافة إلى عدد من السيدات واصحاب المحلات بهدف تقييم التطبيق باستخدام استمارة استبيان.

وتوصلت الدراسة إلى اتفاق آراء عينة البحث من السيدات على فعالية التطبيق في زيادة معرفتهم بالمعلومات المرتبطة بالجونلات ومساعدتهم في إختيار القماش المناسب لتصميم الجونله وفقاً للفترة المناسبة قبل الشراء، وسهولة الوصول إلى مكان بيع القماش المناسب فيأقل وأسرع وقت، كما اتفقت آراء جميع اصحاب محلات الأقمشة أن إعداد التطبيق يساعد في عمل دعاية وتسويق لما لديهم من أقمشة مما يحقق نسبة مبيعات وأرباح اسرع، وسهولة تحميل التطبيق من الإنترنت على الهواتف الذكية، كما اشاد جميع المحكمين بحدائة فكرة التطبيق وقدرته على خدمة أفراد المجتمع وسهولة وصولهم للمعلومات المطلوبة وفق حدود الدراسة.

الكلمات المفتاحية: تطبيق، الهواتف الذكية، التسويق، أنواع الأقمشة، الجونله الحريمي

المقدمة: Introduction

يسعى الفرد للشعور بالسعادة أمام الآخرين من خلال الإختيار المناسب للملابس التي تمتاز بالجمال لتحقيق الإنسجام والمظهر السليم (عليه أحمد، 2010)، ويتوقف إختيار الفرد للملابس على عدد من الإعتبارات منها تلبية احتياجاته وفقاً للجنس والسن والقدرات المالية والمركز الإجتماعي وطبيعة العمل والظروف الجوية وبما يتلاءم مع عاداته وتقاليده (أسماء عبد الله، 2015)، وتذكر

دراسة (سامر أحمد, 2015) تأكيد المتخصصين على دور وأهمية الدعاية والإعلان واستخدامهم كوسيلة هامة في نشر أحدث صيحات الموضة مما يؤدي إلى جذب المستهلكين الأمر الذي يجعل من وسائل الإعلان وسيلة تسويقية فعالة.

ويحصل الفرد على احتياجاته من الملابس والأقمشة من خلال طرق التسوق المختلفة سواء كانت بالتوجه إلى المحلات الخاصة بذلك (الطرق التقليدية للتسوق), أو من خلال تصفح الكتالوجات ومواقع الشبكة العنكبوتية التي تطورت بصورة سريعة وهائلة لتنافس طرق التسوق التقليدي في وقت قصير (خالد محمود, 2017), ومن أهم مميزات وأسباب استخدام التسوق من خلال الإنترنت رفاهية التسوق, وعي المتسوق بمستجدات الموضة بسهولة, إنخفاض أسعار المنتجات وثقة ووعي المستهلك بالعلامة التجارية التي يشتريها (Sandra, et al, 2016), كما يتيح التسوق الإلكتروني للمستهلك إمكانية شراء احتياجاته من المنتجات المختلفة المعروضة لأكثر من موزع باستخدام مجموعة من المواقع المتاحة للتصفح في أي وقت وأي مكان مما يحقق الراحة وسهولة وسرعة المستهلك في الحصول على المنتج المطلوب, وقد لوحظ زيادة في نمو التسوق الإلكتروني بنسبة 25% سنويا تقريبا خلال عام 2000 حتى 2010 (Sandy & Minjeong, 2010), ويرجع ذلك إلى حاجة المتسوق لتقليل وقت التسوق مقارنة بالتسوق التقليدي الذي يتطلب الذهاب إلى مكان بيع المنتجات ومقارنة اسعارها, بالإضافة إلى انتشار استخدام أجهزة الكمبيوتر والهاتف وإجاده استخدامها وسرعة الاتصال بالإنترنت من خلالها (خالد محمود, 2017), وعدم إلتزام مواقع التسوق الإلكترونية بحدود مكانية ومواعيد محددة للعمل مثل الطريقة التقليدية المتبعة في البيع بالمحلات (Sandra, et al, 2016), بينما اشارت دراسة (Kang, J., & Park-Poaps, H(2011) أن جودة الموقع التسويقي من وجهة نظر المتسوق تعتمد على كمية المعلومات المتوفرة بالموقع, والجمال والابتكار في تصميمه من حيث الألوان والأيقونات والموسيقى بالإضافة للتجديد المستمر فيه, سهولة البيع والشراء من الموقع, وصف المنتج من حيث السعر والألوان وشروط التعامل وغيرها, وبالتالي فإن وسائل التواصل الجيدة الخاصة بتسويق الملابس من أهم الطرق لتحقيق رضا المتسوق إلكترونيا.

وكلمة جونلة Gonnella في اللغة العربية من أصل إيطالي بمعنى Skirt في اللغة الإنجليزية (محمد محمد, وآخرون, 2017), ويطلق على الجونلة " تنورة " بمعنى ما يحيط الجسم من ملابس إبتداء من الخصر وحتى القدمين (سحر على, 2002), وتعتبر الجونلة من أهم القطع الأساسية للملابس الخارجية للسيدات في دولاب كل امرأة, وكانت الموضة أثناء فترة الأربعينيات هي تتبع خطوط الجونلة الخارجية لخطوط جسم المرأة, وكان طولها يرتفع عن الأرض بحوالي 17 بوصة, بعدها ظهرت رؤية كريستيان ديور للموضة بنظرة جديدة في الأربعينيات واستمرت في الخمسينيات, وانتقلت إلى مصر فأصبحت الجونلة طويلة وواسعة, بكشكشة, وفي الخمسينيات بدأ ظهور الجونلة

الواسعة ذات الكسرات, (رباب أحمد, 2003), واستمر التغيير في التصميمات لمواكبة الموضة حتى العصر الحالي.

لذا رأت الباحثة ضرورة الاهتمام بتوعية وتنقيف السيدات خاصة المحتشمات منهم بتلك القطعة الملبسية الهامة (الجونلة) في إطار مواكبة الموضة والتي يمكن شرائها جاهزة باتباع أحد طرق التسوق المختلفة, أو من خلال الذهاب إلى أماكن التفصيل المتخصصة, الأمر الذي يتطلب الإلمام بالمعلومات الخاصة بأسماء وأشكال تصميمات الجونلات المختلفة, ومعرفة أنواع الأقمشة المناسبة لكلاً منها وفقاً للمناسبة أو للفترة التي ترتدي فيها قبل الشراء, ويمكن تحقيق ذلك من خلال استخدام التطبيق المقترح, كما يساعدهم التطبيق في معرفة أسعار الأقمشة وبيانات الوصول إلى محلات بيعها في أقل وقت وجهد, بالإضافة إلى مساعدة أصحاب المحلات في عمل إعلان وتسويق للأقمشة لديهم وبالتالي زيادة مبيعاتهم, وبالتالي تقديم خدمة لأفراد المجتمع المعنيين باستخدام التطبيق.

مشكلة البحث Statement of the problem:

1. ندرة الدراسات الأكاديمية العربية المتعلقة بتصميم التطبيق المقترح للهواتف الذكية.
2. هل استخدام التطبيق المقترح يساعد في تنقيف المرأة فيما يخص أسماء وأشكال تصميمات الجونلات المختلفة ومساعدتها في إختيار القماش المناسب لتصميم الجونلة قبل الشراء؟
3. هل التطبيق المقترح يساعد المرأة في توفير الوقت والجهد اللازم للبحث عن المكان المناسب المتوفر فيه القماش الملائم للجونلة الحريمي؟
4. هل التطبيق يتيح لأصحاب محلات الأقمشة إمكانية عمل دعاية وتسويق لما لديهم من اقمشة مناسبة للجونلة الحريمي مما يساعدهم في تحقيق أرباح أسرع؟
5. هل التطبيق يساعد في تقديم خدمة متميزة للأفراد المعنيين وفقاً لحدود البحث؟

أهداف البحث Objectives:

1. تقديم معلومات متنوعة وموثقة للسيدات عن مسميات وأشكال تصميمات الجونلات المختلفة وأنواع الأقمشة والخامات المناسبة لها باستخدام تكنولوجيا الهواتف الذكية.
2. توفير بيانات للسيدات عن أسعار وأنواع الأقمشة وأماكن بيعها في أقل وقت وجهد.
3. إمكانية إدراج المستخدمين لصور موديلات جديدة للجونلات أو إدراج أقمشة واستخدامها على أي موديل لمعرفة مدى ملاءمتهم معاً.
4. مساعدة أصحاب محلات الأقمشة في عمل دعاية لتسويق ما لديهم من أقمشة بسهولة ويسر مما يؤدي لزيادة مبيعات الأقمشة المحلية وبالتالي زيادة الربح.
5. تقديم خدمة لأفراد المجتمع وفقاً لعينة الدراسة باستخدام التطبيق.

أهميه البحث: Significance Study

1. إثراء المكتبات بدراسة تتدرج ضمن الدراسات الحديثة التي تهتم بتقديم تطبيق تثقيفي تسويقي عن تصميم الجونلات المختلفة والأقمشة المناسبة لها من خلال الهواتف الذكية.
2. توفير الوقت والجهد اللازم لمعرفة القماش المناسب مع تصميم الجونله في الفترات المختلفة وسهولة معرفة اماكن البيع وطريقة التواصل معها قبل الشراء.
3. تزويد المرأة والدارسين بمعلومات علمية مفيدة وموثقة عن الجونلات والأقمشة المناسبة لها.
4. سهولة إجراء دعاية لتسويق ما لدي أصحاب المحلات من اقمشة متنوعة باستمرار.
5. التأكيد على اهمية استخدام تطبيقات الهواتف الذكية لخدمة المجتمع وفقا لحدود البحث.

فروض البحث: Research Assumptions

1. يوجد فرق دال إحصائياً عند مستوي $(0.05 \geq)$ بين متوسطي درجات آراء السيدات عن معرفتهم بالمعلومات المدرجة بالإستبيان الأول قبل وبعد إستخدام التطبيق المقترح.
2. يتيح التطبيق المقترح للهواتف الذكية إمكانية إختيار وتسويق القماش المناسب لتصميم الجونلة الحريمي في ضوء معامل إتفاق أصحاب محلات بيع الأقمشة علي أهمية إعداده.
3. يتيح التطبيق المقترح إمكانية إختيار وتسويق القماش المناسب لتصميم الجونلة الحريمي في ضوء معامل إتفاق المتخصصين علي ملاءمته للإستخدام وفقاً لأهداف وحدود البحث.
4. يتيح التطبيق المقترح إمكانية إختيار وتسويق القماش المناسب لتصميم الجونلة الحريمي في ضوء معامل إتفاق المبرمجين علي ملاءمته للإستخدام على الهواتف الذكية.
5. يتيح التطبيق المقترح للهواتف الذكية إمكانية إختيار وتسويق القماش المناسب لتصميم الجونلة الحريمي في ضوء آراء السيدات عن مدي ملاءمة وأهمية إستخدام التطبيق.
6. يتيح التطبيق المقترح إمكانية إختيار وتسويق القماش المناسب لتصميم الجونلة الحريمي في ضوء آراء اصحاب محلات بيع الأقمشة عن مدي ملاءمته وأهميته للإستخدام.

حدود البحث: Research Border

1. حدود بشرية: تمثلت عينة البحث من السيدات عدد (30) في التطبيق القبلي والبعدي (من 30 إلى 50 سنة)، عدد (20) من اصحاب محلات بيع الأقمشة، عدد (11) محكم من الاساتذة المتخصصين في مجال الملابس والنسيج بكليات مختلفة، عدد (9) من المبرمجين لتقييم التطبيق وفق بنود استمارة الاستبيان.
2. حدود مكانية: تم إختيار عينة البحث من السيدات وأصحاب محلات بيع الأقمشة في محافظتي الشرقية والقاهرة
3. حدود زمنية: تم التصميم والبدء في تنفيذ التطبيق وإختباره وتقييمه لمعرفة مدي صلاحيته للإستخدام إبتداء من شهر 2018/1 حتى شهر 2018/6.
4. تم إختيار عدد (13) موديل جونله حريمي تمتاز بالبساطة وتعبر عن إسم الجونله ليكون سهل على المرأة بعد إستخدام التطبيق ربط الإسم بشكل الجونله.
5. تم عرض الموديل الواحد بعد تغيير القماش ليتناسب مع فترات وأوقات مختلفة (صباحية، مساءية، صيفية، شتوية) ومعرفة سعر كل قماشة وفقا للمحل.

أدوات البحث: Research tools

1. برنامج Photoshop CS6 لتغيير القماش المعروض على موديلات الجونله المختلفة ولتصميم بعض اطارات التصميم وفقا لمتغيرات البحث، كما تم استخدام برامج اخري تم ذكرها في الجانب التطبيقي والخاصة بتصميم واعداد التطبيق في صورته النهائية.
2. استخدام سته استمارات استبيان خاصة بعينة البحث لتقييم التطبيق وتحقيق أهداف البحث.

منهج البحث: Research Methodology

- يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي و المنهج التجريبي وذلك لتحقيق فروض البحث، حيث أن:
المنهج الوصفي التحليلي: من خلال الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث.
المنهج التجريبي: هو يشمل على الدراسة التطبيقية المتعلقة بتصميم وتنفيذ التطبيق المقترح.

مصطلحات البحث: Expression

1. تطبيق (Mobile application): هو نوع من أنواع البرامج المصممة للعمل على أجهزة الهواتف الذكية أو الكمبيوتر اللوحي، ذات وظيفة محدودة (www.techopedia.com)

2. **الهواتف الذكية:** يقصد بها الهواتف المحمولة التي تعمل شاشاتها باللمس وبنظام الأندرويد أو التي تعمل بأنظمة بديلة أخرى (وئام محمد, 2015)
3. **التذوق الملبسي:** مدي انعكاس احساس الشخص للمكونات الفنية وتطبيق ذلك على اختياراته من الملابس, ويتأثر التذوق الملبسي بمقدار التعليم والتدريب لمساعدة الفرد على رؤية العناصر التي تمتاز بالجمال في جميع إختياراته (علية أحمد, 2010)
4. **التسويق:** هو الخطط الإدارية التي توجه وتنظم جميع الأنشطة التجارية لتضمن القوه الشرائية الفعالة للعميل نحو خدمة أو سلعة معينة وإيصالها إلى المستخدم النهائي بهدف تحقيق الربح, وذلك كما تم تعريفه من قبل معهد التسويق في لندن (أحمد محمد, 1998)
5. **الجونله :** رداء حريمي لتغطية الجزء السفلي من الجسم, سواء كانت قطعة منفصلة أو جزء مكمل للتايور, طولها يبدأ من خط الوسط وينتهي حسب الرغبة, وهناك أشكال منها تأخذ شكل البنطلون وتسمى جونله شورت (كفاية سليمان وآخرون, 2007), أو هي رداء يتم لبسه إبتداء من منطقة الوسط ماراً بمنطقة الردفين, ويتوقف طولها حسب الموضة (أحمد سالم, وآخرون, 2016).

الإطار النظري Framework Theoretical:

هدفت دراسة (أماني محمد, دميان مرقص, 2013) إلى انتاج تطبيق تعليمي يسمح للدارسين بتعلم التراكيب النسجيه بسهولة باستخدام الهواتف الذكية والكمبيوتر اللوحي بعد تحميل التطبيق من شبكة الإنترنت, بينما دراسة (رحاب الدسوقي, 2017) هدفت إلى معرفة اثر بيئة التعلم الشخصية القائمة على استخدام الأنشطة الإلكترونية المختلفة لتنمية المهارات التعليمية لطلاب كلية التربية جامعة المنصورة, كما هدفت دراسة (رضا نبيل, 2016) إلى دراسة أثر استخدام تطبيق خاص بالهواتف الذكية قائم على المعرفة لتنمية مهارات البحث العلمي لطلاب الدراسات العليا تخصص تكنولوجيا التعليم بكلية التربية بجامعة المنصورة, بينما دراسة (وئام محمد, 2015) هدفت إلى إثراء مجال تصميم الأزياء باستخدام المتدربين لتطبيق إلكتروني (Galaxy for Book) Sketch على الهواتف الذكية يسهل لهم عمل تصميمات ملبسيه يتوافر فيها المعالجات الفنية بدقة عالية ويساعدهم على التدريب باستمرار في أي وقت وأي مكان بدون فقد مهارة تصميم الأزياء اليدوية.

وتشهد صناعة الملابس اليوم طرق مختلفة لتسويق منتجاتها, فعند اختيار ملابس مناسبة فان ذلك يساعد على تقبل الفرد اجتماعيا, وبالتالي يجب دراسة تذوق الفرد لملايسة وعلاقة ذلك

صافيناز سمير محمد عبد المقصود

باتخاذ قرار اختيار أو شراء الملابس من حيث الخامة والألوان والمكملات, حيث يمر الفرد بمجموعة من مراحل الشراء التي يجب دراستها للوصول لأفضل النتائج والتعرف على البدائل (رباب محمد, رشا محمود, 2011), وهدفت دراسة (أسماء عبد الله, 2009) إلى إعداد برنامج على الكمبيوتر باستخدام تكنولوجيا تطبيقات الحاسب يساعد ويسهم في رفع وعي المستهلكين في أسلوب إختيارهم لملابسهم لتكون ملائمة لهم بدلاً من الإختيار الغير مدروس والقابلة للنجاح أو للفشل, كما هدفت دراسة (منال عزيز, 2013) إلى إعداد برنامج على الحاسب الآلى لتنمية الجوانب الجمالية لملابس السيدات (35-50) سنة, وعلى إحتياجاتهم ورغباتهم الملبسية من وجهة نظرهم وفق أسس علمية صحيحة وبما يتفق مع العادات والتقاليد المجتمعية, بينما هدفت دراسة (لمياء محمود, 2011) إلى إعداد برنامج خاص بالتعليم الإلكتروني لطالبات كلية الإقتصاد المنزلي بجامعة الأزهر لتنمية الوعي الملبسي لديهم باستخدام التكنولوجيا الحديثة, أما دراسة (رباب محمد, رشا محمود, 2011) هدفت إلى إعداد برنامج كوحدة تدريسية لمقرر التدوق الملبسي لرفع مهارة بعض الطالبات بجامعة الفيوم عند إتخاذ قرار شراء ملابسهم باستخدام الوسائط المتعددة.

وتعبير التجارة الإلكترونية أحد الأنظمة التي تتيح عملية البيع والشراء للسلع والخدمات عبر الإنترنت, ومن أهم الفوائد التي تحصل عليها الشركة من التجارة الإلكترونية تقليل المصاريف, تحقيق تسويق فعال وزيادة في الأرباح, تواصل مباشر وفعال بين الشركة والعملاء (رانيا شوقي, 2011), بينما الفوائد التي يحصل عليها العميل (المستهلك) هي توفير الجهد والوقت, حرية وسهولة إختيار المنتج مقارنة بمنتجات أخرى, انخفاض اسعار السلع مقارنة بأسعارها في المتاجر التقليدية (عبد الفتاح مراد, 2003), أما التسويق عبر الإنترنت فهو الاستخدام الفعال للتقنيات الرقمية للوصول إلى الأهداف المرجوة من التسويق, كما يمكن التفريق بين التسويق عبر الإنترنت والتسويق المباشر من خلال أسلوب التعامل وطريقة التواصل بين اطراف عملية التسويق (رانيا شوقي, 2011), وهدفت دراسة (أحمد عبد الحميد, 2014) إلى دراسة العلاقة بين أنواع التسويق المختلفة وما يدركه عملاء الملابس الجاهزة من خلال تصميم نموذج يساعد في اختبار وتقدير هذه العلاقة والذي تم تطبيقه على عينة من عملاء الملابس الجاهزة من الطلاب بالجامعات المصرية من خلال المقابلة الشخصية, وتذكر دراسة (خالد محمود, 2017) ان ظاهرة تسوق الملابس عبر شبكة الإنترنت لم تكن منتشرة مثل الآن, حيث بلغت نسبة المتسوقين الآن الذين يبحثون عن منتجات الملابس عبر الإنترنت حوالي 60%, كما أصبح ممن الممكن تجربة المنتجات قبل الشراء والتي تحتاج إلى للمس من خلال تقنية غرف الملابس الافتراضية, وتشير دراسة (Hyun–Ui–Jeen Yu, 2012) Hwa Lee, Mary Lynn Damhorst, أن مصر يوجد بها أكثر من 400 موقع لتسويق

الملابس إلكترونياً، بالإضافة إلى استخدام وسائل التواصل الإجتماعي في تسويق الملابس وهذا ما يجعلها ذات مكانة مميزة على مستوى العالم في تجارة الملابس الإلكترونية، كما تذكر دراسة (Joshua and Mayer, 2010) أن نسبة 64% من المتسوقين يقومون بزيارة مواقع الماركات المعروفة قبل الشراء منها، كما أن مبيعات هذه الشركات يمكن أن تزيد إذا كانت مواقعها الإلكترونية تستطيع أن تجذب عدد كبير من الزوار، وتشير دراسة (Sandra, et al, 2016) إلى أن الشباب في المجتمع المصري يمثلون نسبة كبيرة من مستخدمي التسوق الإلكتروني نظراً لقدرتهم على استخدام مواقع التسوق على الإنترنت بسهولة مما يمكنهم من الحصول على ما يريدون من منتجات بسرعة، وتهدف دراسة (خالد محمود, 2017) إلى تحديد خصائص ومميزات ومعوقات تسويق وتجارة الملابس عبر شبكة الإنترنت في مصر، وأوصت الدراسة بضرورة استخدام وسائل عرض الملابس ثلاثية الأبعاد، وتوفير بيانات التاجر بسهولة تواصل المستهلك معه للتغلب على مخاوف المستهلك من مخاطر التسوق الإلكتروني، بينما تهدف دراسة (Maysa, Eman and Sally, 2014) إلى الاستفادة من تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي في الإعلان والتسويق لملابس السيدات ذات الأقمشة المطبوعة والمستوحاة من الفن الإسلامي بتصميمات مختلفة لتناسب مجموعة مختلفة من العملاء، أما دراسة (سليمان البصير, 2014) هدفت إلى التعرف على تأثير استمرار استخدام الإنترنت يومياً وفقاً لمتغيرات الدراسة، بالإضافة إلى دراسة تأثير الإعلان على الإنترنت على جميع مراحل قرار الشراء، والتعرف على تأثير طول الجلسة على الإنترنت وطبيعة دراسة طلاب الكليات النظرية والعملية (بجامعة القصيم) بخطوات اتخاذ قرار الشراء.

وتعتبر الأقمشة المنسوجة أو التريكو من أهم الأقمشة الأساسية المستخدمة في صناعة وانتاج الملابس (يسري معوض, 2001)، وتوصلت دراسة (أسماهان إسماعيل, 2006) إلى أن خامة الحرير الصناعي هي افضل الخامات المستخدمة في تنفيذ ملابس السهرة للسيدات وتحقق الخواص الوظيفية مثل الانسدالية واللمعان، ثم خامة الفبران، يليهم الكتان، ثم البولي استر واخيرا خامة النايلون، وتذكر دراسة (سحر على, 2002) أن الكتان والقطن من الخامات المناسبة للجونلة في فصل الصيف، بينما الصوف نجدة من الخامات الملائمة للشتاء، أما الأقمشة المخلوطة والفسكوز والرايون تصلح للاستخدام طوال العام، كما تعطي الأقمشة المخلوطة من ألياف صناعية مع ألياف طبيعية مظهر ملائم للجونلة، كما أن التويد من الخامات الملائمة لتنفيذ تصميمات الجونلة المختلفة لأنه يحتفظ بالمظهر المناسبة، كما أشارت دراسة (محمد محمد, وآخرون, 2017) أنه يجب إختيار الخامة المناسبة وفقاً لتصميم الجونلة مع مراعاة شكل الجسم والفترة التي يتم إرتداء الجونلة بها، فالجونلة الأساسية يفضل أن تنفذ من الخامات السميقة التي تمتاز بالمرونة مع تجنب إستخدام

صافيناز سمير محمد عبد المقصود

الخامات اللينة أو الرقيقة أو التي تمتاز بالمطاطية، بينما الجونلة الكسرات يفضل أن تنفذ من الصوف المخلوط أو التويد أو الجبردين، أو الكتان وذلك لإحتفاظ الخامات السابقة بشكلها، كما يصلح معها أقمشة الجوخ والتريكو، أما الجونلات ذات الكشكشة يفضل استخدام الخامات الخفيفة الناعمة معها مثل أقمشة الكريب الأقمشة القطنية متوسطة السمك والشانتونج والتافتاه، كما يمكن استخدام بعض الخامات التركيبية والصناعية الخفيفة وذلك لأنها تعطي تأثير ومظهر مناسب للجونلة.

وهناك العديد من الأشكال المختلفة للجونلة فمنها الجونلة الكلاسيك شكل(6) التي يأخذ شكلها خط مستقيم بدون إتساع من الوسط للذيل، والجونلة الأيفازيه شكل(7) التي يضيق اتساعها عند الركبة وتنزل بإتساع حتي الذيل من كلا الجانبين(كفاية سليمان وآخرون، 2007)، بينما الجونلة الكلوش شكل(9) تكون متسعة ذات تموج من الذيل عند الوقوف، لكن الجونلة الدوبل كلوش شكل(10) تظهر متسعة جدا عند الذيل(زينب عبد الحفيظ، 2006)، اما الجونلة الكسرات شكل(12) فنجدها متسعة ويختلف اتساعها على حسب عرض الكسرة ويمكن ان تكون الكسرات مفتوحة من بداية الوسط إلى الذيل أو يتم غلقها من الوسط حتي الفخذ وتترك مفتوحة بعدها(كفاية سليمان وآخرون، 2007)، بينما الجونلة البليسية شكل(11) تمتاز بوجود كسرات صغيرة العرض تم كبسها لتحتفظ بشكلها طول فترة الاستخدام كما تأخذ شكل الجسم ولكن عند الحركة يتم فتح هذه الكسرات تم تغلق مما يعطي راحة اثناء الحركة(أسماء عبد الله، 2015) أما الجونلة الكروازية شكل(15) نجدها تلف حول جسم المرأة وهي تتكون من جزئين احدهما يغطي الآخر كما يكون الجزء السفلي منها أعرض من الجزء العلوي ويمكن أن يكون ذلك من الجنب أو الأمام حيث تحتاج مشبك لغلقتها(زينب عبد الحفيظ، 2006)، بينما الجونلة الكالونية شكل(13) نجدها مضبوطة على الجسم بدأ من خط الوسط إلي خط الجنب بعدها تتسع حتي خط الذيل نتيجة لوجود الكالونيات التي تكونت نتيجة لوجود قصات طولية في الجونلة يتم حياكتها من بداية خط الوسط الي المنطقة المراد الانتهاء عندها حيث تترك بعدها الكالونيات مفتوحة (كفاية سليمان وآخرون، 2007) وهناك الجونلة المتسعة من أعلى وتضيق من أسفل والتي تتصف بانفتاحها ابتداءً من خط الوسط حتي خط الأرداف نتيجة لوجود كشكشة عند خط الوسط وبعدها تنزل منسدالة حتي خط الذيل، كما يوجد جونلة تشبه شكل الجرس فضفاضة من خط الوسط حتي خط الذيل وبها كسرات متتالية وصغيرة تتم باستخدام الكي(أسماء عبد الله، 2015)، ويوجد جونلة شورت نجدها متسعة بدءاً من خط الوسط حتى خط الذيل وبها بنستين من الأمام يصل طول كلا منها إلى 12سم تقريبا، بينما الجونلة شبه الضيقة تكون مضبوطة على الجسم من خط الوسط حتي خط الجنب ثم تضيق بانسدال حتي خط

الذيل وبها بنستين من الأمام مائلتين نحو خط الجنب يصل طولهم حوالي 12 سم تقريبا، كما يوجد جونلة هيبون، وجونلة ذات جوديهات حيث تكون أكثر إتساعا عن المألوف في أماكن محددة في الجونلة وبدون كشكشة شكل (17) (زينب عبد الحفيظ، 2006) وهناك مسميات أخرى للجونلة منها الجونلة البوق، جونلة الجينز (كفاية سليمان وآخرون، 2007)، بينما الجونلة القصات شكل (18) يقصد بها الخطوط الظاهرة بالخياطة نتيجة لفصل القماش لإضافة نسبة توسيع فيها (زينب عبد الحفيظ، 2006)

الدراسة الإجرائية Experimental work:

خطوات إعداد الدراسة التطبيقية:

1. قبل تصميم التطبيق المقترح قامت الباحثة بإجراء دراسة لعدد (30) في محافظتي الشرقية والقاهرة لمعرفة مدي ثقافة السيدات (سن 30 إلى 50 سنة) بمسميات الجونلات وأشكالها والأقمشة الملائمة لكل فترة سواء صباحية أو مسائية أو إذا كانت ملائمة للصيف أو للشتاء مع سؤالهم عن نوع الخامات المستخدمة، والمعلومات المتاحة لديهم عن أماكن بيع هذه الأقمشة وغيرها من الأسئلة الموضحة في استمارة الاستبيان التي قامت الباحثة بإعدادها (ملحق 1) والمكونة من (18) بند وموجهة لعينة البحث من السيدات التي مازالت تفضل إرتداء الجونلة التي يتم إنتاجها في أماكن التفصيل الخاص حرصا منهم على الإحتشام والإلتزام بالعادات والتقاليد المجتمعية والحصول على المقاس وفقاً للتصميم المناسب لهم سواء مادياً أو رغبة منهم في التميز في المناسبات المختلفة، حيث كانت الإجابة إما بإختيار ملائم (ثلاث درجات) أو ملائم إلى حد ما (درجتان) أو غير ملائم (درجة)، وحصلت أعلى سيدة على 28 درجة لمجموع إختياراتها، بينما أقل سيدة حصلت على 20 درجة من 54 درجة وهي درجة منخفضة تدل على قلة معلومات العينة بمحتوي الإستبيان.
2. قامت الباحثة بإعداد استبيان خاص بأصحاب محلات بيع الأقمشة في نفس المحافظتين ويشمل على 18 بند (ملحق 2) وذلك قبل القيام بإعداد التطبيق المقترح، وكان عدد العينة (20) وذلك لمعرفة اهم الصعوبات التي تواجههم وفقاً لأهداف وحدود البحث
3. قامت الباحثة بالبداية في تصميم وإعداد التطبيق المقترح ليقدم للسيدات معلومات تساعد في تتقيفهم فيما يخص حدود واهداف البحث، بالإضافة إلي تقديم المساعدة لأصحاب محلات بيع الأقمشة لتقليل الصعوبات التي تقابلهم في ضوء بنود استمارة الاستبيان.

4. بعد الإنتهاء من إعداد التطبيق المقترح تم تقييمه من الأساتذة المتخصصين (عدد 11) وفق إستمارة الإستبيان (ملحق 3)، كما تم تقييم التطبيق من المبرمجين (عدد 9) وفق إستمارة الإستبيان الخاصة بهم (ملحق 4).
 5. تم عرض التطبيق وتوضيح طريقة تحميله من الإنترنت وشرح كافة الشاشات لنفس عينة البحث من السيدات (30) لتقييم التطبيق على نفس إستمارة الإستبيان الأولى (ملحق 1) لقياس مدى الإستفادة العائدة عليهم من إستخدام التطبيق، حيث حصلت أعلى سيدة على 53 درجة وهي درجة مرتفعة جداً تدل على زيادة ثقافة عينة البحث في محتوى الإستبيان بعد إستخدام التطبيق المقترح، بينما حصلت أقل سيدة على 44 درجة وهي درجة مرتفعة وتم قبولها وتدل على فاعلية التطبيق في تحقيق أهداف وفروض البحث.
 6. تم إعداد إستمارة إستبيان (ملحق 5) خاصة بالسيدات (نفس العينة السابقة عدد 30) لمعرفة آرائهم في مدى ملاءمة وأهمية التطبيق المقترح للاستخدام على الهواتف الذكية.
 7. تم إعداد إستمارة استبيان (ملحق 6) خاصة بأصحاب محلات بيع الأقمشة (نفس العينة السابقة عدد 20) لمعرفة آرائهم في مدى ملاءمة وأهمية التطبيق المقترح للاستخدام، مع مراعاة أنه تم إجراء صدق وثبات لمحتوي جميع استمارات الإستبيان السابقة قبل الإستخدام.
 8. ملحق (7) أسماء الأساتذة المتخصصين، ملحق (8) أسماء المبرمجين، ملحق (9) أسماء أصحاب محلات بيع الأقمشة.
 9. تم إستخدام برامج الإحصاء المتخصصة للحصول على نتائج البحث.
- وفيما يلي توضيح للمراحل الأساسية والعلمية التي تم اتباعها عند تصميم التطبيق المقترح:
- 1- تحديد الهدف من إعداد التطبيق الحالي: والذي يتمثل في تصميم تطبيق مقترح للهواتف الذكية يمكن تحميله مباشرة من شبكة الانترنت ويساعد المرأة في اختيار القماش المناسب لتصميم الجونلة، وتوفير البيانات الخاصة بهذه الأقمشة في اقل وقت وجهد ممكن قبل الشراء، وعمل دعاية وتسويق للأقمشة المتاحة لدي اصحاب محلات الأقمشة بسهولة ويسر مما يحقق زيادة في مبيعات الأقمشة المحلية وبيع اسرع، وبالتالي تقديم خدمة لأفراد المجتمع المعنيين.
 - 2- تحديد الفئة المستهدفة (عينة البحث): السيدات من سن (30- 50 سنة) والتي تستطيع استخدام الهواتف الذكية وتحميل التطبيقات من شبكة الانترنت وتقبل على التفصيل الخاص، اصحاب محلات الأقمشة التي رغبت في استخدام التطبيق من محافظتي الشرقية والقاهرة.
 - 3- تحديد محتوى التطبيق: تم عرض (13) صورة لتصميمات الجونلة الحريمي تمتاز بالبساطة بالإضافة إلى صور متنوعة، توضيح اهداف وامكانيات التطبيق، تقديم معلومات مفيدة ومتنوعة للمرأة

والدارسين عن مسميات واشكال ومواصفات تصميمات الجونلات وأنواع ومسميات الأقمشة وخاماتها وملاءمتها وفقا للفترات المختلفة وغيرها, فيديو يوضح طريقة تغيير قماش الجونلة, فيديو يوضح كيفية الاستفادة من التطبيق والتصفح بين شاشاته المختلفة وغيرها من المحتويات.

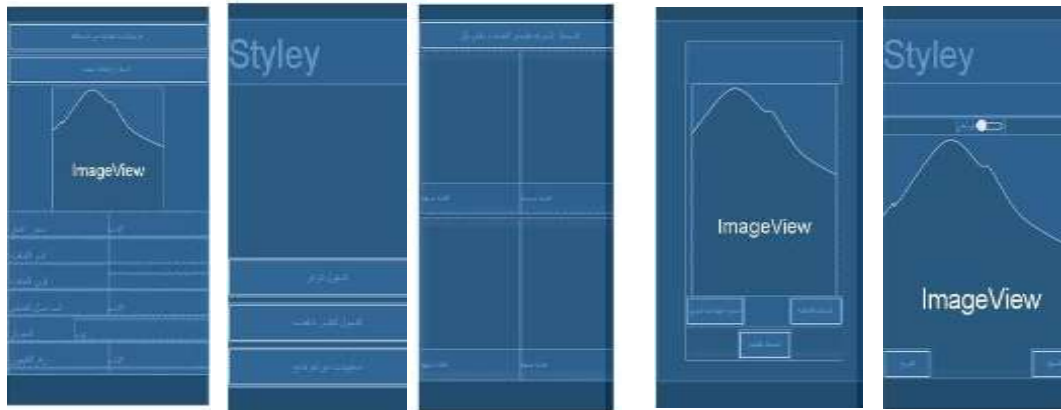
4- مرحلة تصميم التطبيق: تم استخدام حزمة لمجموعة تطبيقات الأجهزة التي يتم تشغيلها بنظام Android (هو نظام تم تصميمه للأجهزة التي تعمل بشاشات اللمس مثل الهواتف الذكية, ومبني على نواة لينكس وذو مصدر مفتوح ومجاني وآمن في الإستخدام, وثام محمد, 2015), كما تم إعداد تصور خاص بإطارات التطبيق, بعد ذلك تم إجراء تقويم لبناء تصميم التطبيق من خلال عرضة على مجموعة من المتخصصين في مجال الملابس والنسيج والبرمجة, وبناءاً على آراءهم تم تطوير وتعديل تصميم التطبيق.

5- مرحلة إنتاج وتطوير التطبيق: حيث تم تجهيز وإعداد الوسائط المتعددة, والانتها من إعداد الإطارات والروابط والفيديوهات.

6- الخطوات المتبعة لتنفيذ التطبيق: تم انتاج التطبيق المقترح تحت اسم (Styley) للعمل على اجهزة الهواتف الذكية التي تعمل بنظام Android من خلال اتباع الخطوات التالية:

1. **تصميم واجهة التطبيق:** تم تصميم واجهة تتسم بالبساطة مع مراعاة الأبعاد القياسية الخاصة بأجهزة الهواتف الذكية والتزاما بمعايير تصميم التطبيقات.





2. **تصميم الإطارات الأساسية:** تم التخطيط لتكون الإطارات الأساسية المستخدمة سهلة وتمكن المستخدم من استعراض ما بداخلة من خلال لمس الشاشة كما في شكل (1)



شكل (1) تصميم الإطارات الأساسية التي تم استخدامها في التطبيق.

1. **تصميم إطارات التطبيق الفعلية:** تم استخدام برنامج Adobe Photoshop CS5 لتنفيذ التصميم الخاص بشكل واجهات وخلفيات وإطارات التطبيق الفعلية.

2. **حجم الأيقونات:** تم تصميم مفاتيح التنقل بحجم 48dp وهو ما يساوي 9 مم تقريباً، مما يسهل الضغط بأصبع اليد عند لمس شاشة الهاتف.
3. **تصميم الأيقونات:** تم تصميم الأيقونات بحيث يكون عرض كل أيقونة 90 dp، بينما طولها هو 45 dp وبالتالي فإن أبعاد الأيقونات هي 90dp×45dp
4. **أنواع الخطوط:** تم استخدام نوع الخط Droid Arabic Naskh، وحجم 20 dp
5. **الألوان المستخدمة:** تم استخدام الألوان المتوفرة في الرابط www.color-hex.com والملائمة للتشغيل وفق نظام Android والتي تحتوي على أكثر من 500 لون لإظهار ألوان تصميم الشاشات ومفاتيح التطبيق بألوان مميزة، شكل (2).

azure2		#e0e0ee
DeepSkyBlue2		#00b2ee
cornsilk4		#8b8878
DeepSkyBlue4		#00688b

شكل (2) بعض درجات الألوان المستخدمة في تصميم التطبيق

- 7- **برمجة التطبيق:** تم استخدام لغة البرمجة الجافا وهي اللغة المتعارف عليها في برمجة تطبيقات أجهزة الهواتف الذكية التي تعمل بنظام Android، وقد تم استخدام لغة ال XML (Extensible Markup Language) وهي اللغة التي تقوم بتصميم وتنسيق الواجهات لتظهر بشكل جمالي لدي المستخدم.
- 8- **تطوير التطبيق:** تم تطوير التطبيق باستخدام برنامج Android studio وهو البرنامج المعروف لتطوير وصناعة تطبيقات أجهزة الهواتف الذكية، بالإضافة لاستخدام قاعده البيانات Firebase وذلك بهدف حفظ صور الموديلات والأقمشة المختلفة التي يتم إضافتها من قبل المستخدمين وأصحاب محلات الأقمشة باستمرار بهدف تحديث التطبيق.
- 9- **إعداد محتوى التطبيق:** تم من خلال إتباع الخطوات التالية:

1. تصميم خلفيات الموديلات باستخدام برنامج Adobe Photoshop CS5
2. تطوير وصناعة التطبيق باستخدام برنامج Android studio
3. إنشاء ملف التطبيق من خلال انتاج الملف التنفيذي للتطبيق بصيغة (.apk).
4. إنشاء الملفات الخاصة بالواجهة بصيغه (.xml).
5. إنشاء الملفات الأساسية التي يقوم بها التطبيق بصيغه (.java).
6. التعامل مع الصور المعروضة في التطبيق باستخدام صيغه (.jpg).

10- التأكد من مطابقة التطبيق المقترح مع المعايير الخاصة بتصميم التطبيقات: تم فحص

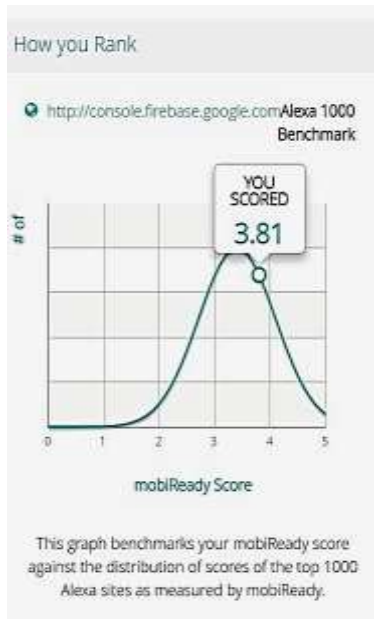
التطبيق باستخدام MobiReady المجاني والمتاح على الموقع التالي, انتاج MTLD :

http://mobiready.com/launch.jsp?locale=en_EN

وحصل التطبيق المقترح على تقدير جيد جداً شكل(3- أ) بنسبة (3.81) شكل(3- ب), وهي نتيجة مرتفعة حيث تدخل ضمن 1000 تطبيق الممتازة ضمن تصنيف إيكسا شكل(3- ج).



شكل(3- ج)



شكل(3- ب)



شكل(3- أ)

شكل(3) تقرير يوضح مدي صلاحية التطبيق المقترح للعمل على أجهزة الهواتف الذكية

11-تقويم التطبيق:

1. بعد الإنتهاء من تصميم وإعداد التطبيق المقترح, قامت الباحثة بعرض استمارات الإستبيان على مجموعة من المحكمين(ملحق 7, 8) مع اختلاف مهام كل محكم وفقاً لحدود البحث.

12-نشر وتحميل التطبيق: يمكن تحميل التطبيق مباشرة من على الإنترنت من خلال الرابط التالي:

<http://www.mediafire.com/file/1ucfnh0bdydkg4/Styley.apk>

ويمكن نشر التطبيق لجميع المستخدمين من خلال **جوجل بلاي** (هو متجر افتراضي خاص بشركة جوجل, متاح على الإنترنت وعلى الهواتف الذكية الأندرويد كتطبيق, ويستخدم لعرض منتجات هذه الشركة من الكتب والتطبيقات والموسيقى وغيرها, ومن خلاله يتم اجراء تحديث تلقائي للتطبيقات الأخرى التي يحددها المستخدم, **ونام محمد, 2015**) والمتاح في الهواتف المحمولة الذكية.

وفيما يلي عرض لأهم الشاشات (الإطارات) الخاصة بالتطبيق المقترح وذلك كما هو موضح في جدول(1)

جدول (1) نماذج من شاشات (إطارات) التطبيق المقترح



شكل (7)



شكل (6)



شكل (5)



شكل (4)



شكل (11)



شكل (10)



شكل (9)



شكل (8)



شكل (15)



شكل (14)



شكل (13)



شكل (12)



شكل (19)



شكل (18)



شكل (17)



شكل (16)



شكل (23)



شكل (22)



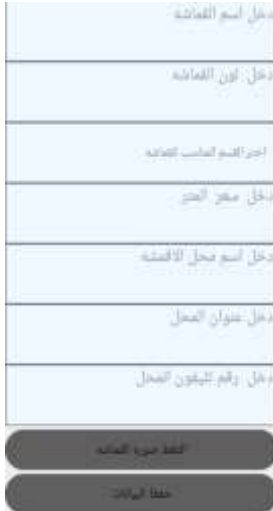
شكل (21)



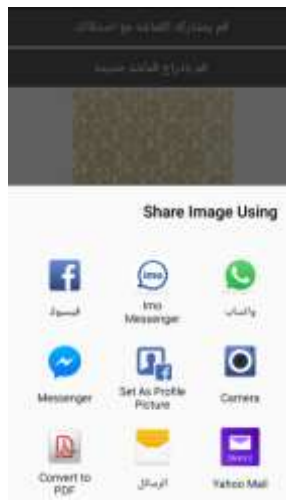
شكل (20)



شكل (27)



شكل (26)



شكل (25)



شكل (24)

معلومات هامة	امكانيات التطبيق	اهداف التطبيق	شكل (28)
مقدمة عامة التصميم القماش ذات مورفيم ومواز في حياة الفرد، كما انها تعكس فكر الفرد وبخاسته، حيث يتأثر بتدويفه كالتسبي واختياره له ملابس يتفق من حولها مما يعبرهم مثلا على انه او من يحترموه او يحرمون، ومن مميزات الحياة الاجتماعية المنبثقة اهتمام الفرد بالذات بظهوره المتميز الذي يخلق به ويمتدوا للاجتماعي (وقال محمد محمد عبد الرحمن صفاحة 2012)	تقديم معلومات متنوعة تساعد المرأة في اختيار القماش المناسب وفقا لتصميم الجونلة. تقديم معلومات تساعد المرأة على اختيار الأقمشة المناسبة لها توفير بيانات محل بيع الأقمشة الموجودة في التطبيق من حيث اسم المحل والعنوان، وسيلة التواصل لسهولة الوصول للمحل عند الرغبة في الشراء.	اهداف التطبيق للمستخدمين (المرأة) - اصحاب محلات القماش): تقديم معلومات غنية مفيدة ومتنوعة عن انواع الأقمشة المناسبة لتصميمات الجونلة المختلفة سواء للشراء الجامعية أو للمرأة بصفة عام مساعدة المستخدم في أن يكون على دراية بتأثيرات الجمالي المطلوب عند اختياره للأقمشة المختلفة المناسبة للملابس من خلال عرض معلومات مبسطة عن التسوق القمسي. تقديم المساعدة لطلاب البحث العلمي من خلال حصولهم على معلومات موثقة علميا في التطبيق.	
كما اعرض الملابس من الطرق المستخدمة لمعرفة شخصية الأهم ومشارتها، حيث أن			شكل (29)
شكل (31)	شكل (30)		

وفيما يلي وصف وتوضيح لمحتويات شاشات التطبيق السابقة بالتسلسل:

- شكل (4) يوضح الشاشة الإفتتاحية للتطبيق وتحتوي على: إسم التطبيق (Styley)، مفتاح دخول التطبيق، مفتاح الخروج، مفتاح لغلاق أو تشغيل الموسيقى حسب الرغبة.
- بالضغط على مفتاح "دخول"، تظهر هذه الشاشة شكل (5)، ويوجد فيها: مفتاح الدخول كزائر، مفتاح الدخول كتاجر للأقمشة، مفتاح بعنوان معلومات عن التطبيق.
- عند الضغط على مفتاح الدخول كزائر شكل (5) تظهر الشاشة الأساسية للتطبيق وبها عدد 13 تصميم خاص بالجونلة يمكن تمريرها لأعلي أو لأسفل من خلال تحريك الأصابع على شاشة الهاتف، حيث تم مراعاة اختيار موديلات تتسم بالبساطة ليتم ادراك المستخدم لإسم الموديل مع تفاصيله البسيطة، وذلك كما هو واضح في الأشكال من (6 إلى 18)، كما تحتوي هذه الشاشة على مفتاح بعنوان (اضغط لإدراج موديل جديد) وعند الضغط عليه تظهر شاشة جديدة شكل (19)، يوجد بها ثلاثة مفاتيح هي كالتالي:
 - مفتاح إدخال إسم الموديل: عند الضغط عليه تظهر لوحة المفاتيح لكتابة إسم الموديل.
 - مفتاح إختار صوره الموديل: عند الضغط عليه تظهر شاشة تمكن المستخدم من اختيار صورة الموديل من الهاتف من خلال الاستوديو، او الصور، أو Zedge.
 - مفتاح أحفظ البيانات: عند الضغط عليه يتم حفظ البيانات السابقة في التطبيق ويتم إدراج صورة الموديل مباشرة في موديلات اخري التابعة للموديل الذي أشار إليه المستخدم، وباستخدام مفاتيح التنقل الأساسية في الهاتف المحمول يمكن الرجوع إلى الشاشة السابقة.
- كما تحتوي الشاشة الأساسية على مفتاح بعنوان (اضغط لإدراج موديل تم تلبيسة خارج التطبيق) وعند الضغط عليه تظهر شاشة جديدة شكل (20) حيث يوجد بها أربعة مفاتيح هي:

صافيناز سمير محمد عبد المقصود

1. مفتاح إدخال إسم الموديل: عند الضغط عليه تظهر لوحة المفاتيح لكتابة اسم الموديل.
2. مفتاح إدخال إسم القماش: عند الضغط عليه تظهر لوحة المفاتيح ليستطيع المستخدم من كتابة إسم القماش المقترح.
3. مفتاح حفظ صورة الموديل بعد التلبيس: عن الضغط عليه يتم حفظ صورة الموديل.
4. مفتاح بعنوان حفظ البيانات: عند الضغط عليه يتم حفظ البيانات في التطبيق ثم ادراج الصورة مباشرة في موديلات اخري التابعة للموديل الذي اشار اليه المستخدم.
5. تحتوي الشاشة الأساسية على إسم الجونلة, وصورة توضح إسم تصميم الجونلة, وثلاثة مفاتيح هي:
 1. مفتاح بعنوان موديلات أخرى: عند الضغط عليه تظهر موديلات اخري مختلفة تساير الموضة (عدد: 3: 5 موديلات) ويتم تحديثها باستمرار لتفي برغبات المستخدمين.
 2. مفتاح بعنوان إضغط للتكبير: عند الضغط عليه يتم ظهور الموديل بحجم اكبر لسهولة رؤية التفاصيل ويمكن التكبير او التصغير من خلال استخدام الاصابع للقيام بذلك.
 3. مفتاح بعنوان إضغط للمتابعة: عند الضغط عليه تظهر شاشة جديده شكل(21) والتي تحتوي على مجموعة من المفاتيح هي:
 - مفتاح بعنوان إضغط لمعرفة تلبيس القماش على الموديل: عند الضغط عليه تظهر شاشة جديده شكل(22) توضح فيديو من اعداد الباحثة يساعد المستخدمين على استبدال قماش الموديل بقماش اخر وفقا لذوق المستخدم من خلال برنامج الفوتوشوب.
 - أربعة مفاتيح للإختيار منها شكل(21) وهي: اقمشة مسائية أو صباحية أو شتوية أو صيفية, وعند اختيار أي قسم مما سبق يظهر شاشة جديدة شكل(23) يتضح فيها صور الموديل الأساسي وقد تم ظهوره بأحد الأقمشة المناسبة وفقا للقسم الذي تم اختياره. بالإضافة إلى وجود مجموعة متنوعة من الصور لنفس الموديل والخاصة بأقمشة اخري وفقا لمحلات الأقمشة التي استخدمت التطبيق ليستطيع المستخدم بإجراء المفاضلة بين الأقمشة المتاحة من ناحية الذوق الشخصي, مدي ملائمتها للموديل, السعر, مكان المحل.
 - اسفل كل موديل يوجد مفتاح بعنوان إضغط لمعرفة التفاصيل, وعند الضغط عليه تظهر شاشة جديدة شكل(24) و يتضح فيها صورة لعينة من القماش سعر المتر ولون واسم القماش واسم المحل المتوافر فيه هذا القماش وبيانات التواصل مع المحل (العنوان ورقم التليفون), وتحتوي هذه الشاشة على مفتاحين هم:

- مفتاح بعنوان قم بمشاركة صورة القماش مع أصدقائك شكل (25), مفتاح بعنوان قم بإدراج قماشة جديدة وعند الضغط عليه تظهر شاشة جديدة شكل (26) والتي تمكن المستخدم من استكمال البيانات والتقاط صورة قماشة وفق ذوق المستخدم ليتم ظهورها في التطبيق مباشرة ليستفيد باقي المستخدمين منها.

6- بإستخدام مفاتيح الهاتف الأساسية يمكن الرجوع إلي شاشة التطبيق الموضحة في شكل (5) والذي يوجد بها مفتاح بعنوان الدخول كتاجر للأقمشة, وعند الضغط عليه تظهر شاشة شكل (27) والتي تمكن تاجر الأقمشة من تحديث بياناته او التقاط صورة أقمشة جديدة ثم ادراجها في التطبيق.

7- يمكن من الشاشة الموضحة في شكل (5) أن يتم إختيار مفتاح بعنوان معلومات عن التطبيق وعند الضغط عليه تظهر شاشة جديدة شكل (28) ويوجد بها خمسة مفاتيح هي:

1- أهداف التطبيق: عند الضغط عليه تظهر شاشة جديدة شكل (29) ومن خلالها يتعرف مستخدمي التطبيق على أهدافه.

2- إمكانيات التطبيق: عند الضغط عليه تظهر شاشة جديدة شكل (30) ومن خلالها يتعرف مستخدمي التطبيق على إمكانيات التطبيق.

3- معلومات مفيدة للمرأة والدارسين: عند الضغط عليه تظهر شاشة جديدة شكل (31) ومن خلالها تستطيع المرأة والدارسين المهتمين بهذا المجال الإستفادة من مجموعة هامة من المعلومات العلمية الموثقة بالمراجع المتخصصة.

4- حول التطبيق: عند الضغط عليه تظهر شاشة جديدة توضح عنوان البحث وبيانات الدراسة القائمة بإعداد التطبيق المقترح.

5- فيديو يوضح كيفية إستخدام التطبيق: عند الضغط عليه تظهر شاشة جديدة تحتوي على فيديو توضيحي للمستخدمين عن كيفية استخدام التطبيق.

وفيما يلي توضيح للمعلومات التي يمكن الحصول عليها عند الضغط على مفتاح (معلومات مفيدة للمرأة والدارسين) السابق ذكره في التطبيق, وذلك كما يلي:

مقدمة عامة: تعتبر الملابس ذات دور مهم ومؤثر في حياة الفرد, كما أنها تعكس فكر الفرد وشخصيته, حيث يتأثر تذوقه الملبسي واختياراته لملابسة بذوق من حولة مما يعتبرهم مثلا اعلى له أو من يحترمهم أو يحبهم, ومن متطلبات الحياة الاجتماعية السليمة اهتمام الفرد الدائم بمظهرة المتميز الذي يليق به وبمستواه الاجتماعي (وفاء محمد, 2012), كما تعتبر الملابس من الطرق

المستخدمة لمعرفة شخصية الأمم وحضارتها, حيث أن العين تري ما يرتديه الفرد من ملابس قبل أن تسمع الأذن لفته أو يفهم العقل ثقافته وحضارته, كما حث الإسلام على التمتع بالمظهر الكريم واتخاذ الزينة والثياب النظيفة التي من شأنها أن تظهر نعم الله على المسلم, وتمتاز الملابس بقدرتها على سد الحاجات الأساسية والاجتماعية والنفسية للإنسان بشرط عدم المبالغة فيها واستخدام تصميمات تتفق مع العادات والتقاليد الاجتماعية المقبولة باستخدام اقمشة ذات ألوان ملائم للسن ولاستخدام النهائي(عليه عابدين, 2010), ويظهر التذوق الملبسي على هيئة سلوك مكتسب أو متعلم, ويتأثر بمجموعة من الأسس النفسية التي تشمل الجوانب العقلية والوجدانية والجمالية والاجتماعية والثقافية, والتي يمكن أن تعمل كمرشح يسمح بمرور ما يتناسب وما يتفق مع مكونات شخصيه كل فرد, وبالتالي فالإنسان عند ممارسته للتذوق الملبسي فانه يمكن ان يتأثر بمؤثرات مختلفة سواء داخلية نابعة من داخله او خارجية(إيمان حامد, 2013), وتختلف الملابس سواء كانت خارجية أو داخلية من حيث التصميم أو نوع الخامة تبعاً لإختلاف المناسبة التي ترتديها المرأة فيها, كما تختلف الملابس الخارجية باختلاف المناسبة والفترة التي ترتدى فيها, ويمكن أن نصنف هذه الأنواع إلى: ملابس الفترة الصباحية (وهي ملابس الجامعة أو ملابس العمل), ملابس فترة بعد الظهر (مثل ملابس الزيارات وحفلات الشاي والنادي), ملابس المساء والسهرة (مثل ملابس الأفراح, والحفلات, والسهرة) (رباب فرج , 2002).

تقسم الأقمشة من حيث فصول السنة إلى: أقمشة مناسبة لفصل الصيف مثل الأقمشة القطنية, الشيفون, الفوال, الليكرا وغيرها, وأقمشة مناسبة لفصل الشتاء مثل الأقمشة الصوفية, التويد, الكشمير, القطيفة, الشمواه وغيرها (دعاء حسام الدين, 2013), بينما تقسم الأقمشة المستخدمة في صناعة ملابس السيدات من حيث نوع الخامة إلى: أقمشة منسوجة وأقمشة تريكو(يسري معوض, 2001) تقسم مصادر أنواع الألياف المستخدمة في صناعة أقمشة ملابس السيدات إلى ألياف طبيعية, ألياف صناعية, ألياف مخلوطة, وتشمل الألياف الطبيعية القطن والحريير والصوف والكتان, بينما تشمل الألياف الصناعية البوليستر والداكرون والنايلون وغيرها (أسماء عبد الله, 2015).

خامات الأقمشة الملائمة للاستخدام في صناعة الملابس وفقاً لنوع الألياف وفصول السنة: الألياف الطبيعية: هي الألياف بصفة عامة بنعومة اللمس وتحقيق الراحة من حيث قدرتها على تشرب العرق وتحقيق التهوية المناسبة للجسم(دعاء حسام الدين, 2013), وهي مثل: القطن: يمتاز بنعومة اللمس وامتصاصه للرطوبة وسهل الحياكة وذو انسداديه جيدة, كما انه قابل للغسيل ويمتاز بثبات الألوان بعد الغسيل, ويخل القطن في صناعة اقمشة مختلفة الوزن والسبك منها أقمشة الفوال التي تمتاز بخفة الوزن ورقة السبك ونعومة اللمس وتوافر مرونة جيدة تعطي انسداد جيد, كما انها

مناسبة للاستخدام في صناعة ملابس فصل الصيف (ايهاب فاضل, 2006), الصوف: يمتاز بخفة وزنة وقدرته على مقاومة الكرمشة والتجعد, كما انه مريح في الاستخدام, ناعم الملمس, له قدرة عالية على العزل الحراري, كما انه يمتص الرطوبة, وهو مناسب للاستخدام في صناعة الملابس في فصل الشتاء (رباب فرج, 2002), ومن أهم انواع الأقمشة التي تصنع من الصوف الورستد والولن (ايهاب فاضل, 2006), الألياف الصناعية: هي الياف تمتاز بصفة عامة بمقاومة الإنكماش والكرمشة واللمعان, مع مراعاة أن من عيوبها أنها قد تزيد من درجة حرارة الجسم بالإضافة إلي امكانية حدوث حساسية للجلد وخصوصا في فصل الصيف (دعاء حسام الدين, 2013) وهي مثل: البولي استر: وهي تمتاز بالمتانة, ومقاومة الإنكماش والمطاطية, بالإضافة الي مقاومة التجعد وثبات الكسرات في الأقمشة المنتجة منه, كما يمتاز بسرعة الجفاف (رباب فرج , 2002) مواصفات أكثر أنواع الأقمشة إنتشاراً وإستخداما في ملابس السيدات:

أقمشة الساتان: يوجد منه مسميات مختلفة, مثل اقمشة الساتان دوشيس, والستان المنزلق, وستان الظهر (أسماء عبد الله, 2015), وتمتاز اقمشة الساتان بلمعتها واختلاف وزنها كما تمتاز بقابليتها العالية للإنسدال, ويوجد منها المنقوش والسادة, وتستخدم بكثرة في تفصل ملابس السهرة (فساتين, بلوزات, جونلات وغيرها), ويكثر استخدامها عند تفصيل موديلات بها درابيه, كما تستخدم كبطانة للأقمشة المثقبة كالدانتيل أو الجبير أو التل أو كبطانة للأقمشة الخفيفة كالشيفون, أقمشة الساتان المط: تمتاز بلمعة مطفية وهي مناسبة مع الموديلات التي لا تحتاج إلى لمعة, أقمشة الساتان الإيطالي: يصلح هذا النوع من الأقمشة في تفصيل الفساتين والجونلات الطويلة الواسعة ذات القصات البرنسس أو في تفصيل البدل وتايورات السهرة (مجلة جمال حواء, 2011), أقمشة النقتاه: هي أقمشة حريرية, لامعة ورقيقة وناعمة الملمس, ذات اوزان مختلفة, وتصنع من خامات مختلفة مثل الالاستيتات أو الحرير أو النايلون أو الرايون أو البوليستر (أسماء عبد الله, 2015), ويوجد منها أنواع مختلفة مثل النقتاه الورقي التي من مواصفاتها النعومة ورقة النسيج, كما أنها تتكسر بسهولة مثل الورق, وتستخدم في تفصيل الموديلات ذات الثنيات لقدرتها على الإحتفاظ بشكلها, منها النقتاه المواريه التي تستخدم في صناعة الموديلات الغير ملتصقه بجسم الإنسان (رانيا نبيل, 2000), الاقمشة الحريرية: هي اقمشة ذات ملمس ناعم, وله نفس مظهر الحرير الطبيعي, ذو لمعة خفيفة, وتمتاز بالقدرة على تحقيق الدفاء بالرغم من خفة وزنها, كما ان درجة انسدالها عالية ودرجة مطاطيتها قليلة جدا, وتوجد انواع من الحرير منها الحرير الطبيعي, والحرير الخام, وحرير دوبيون, والحرير الصناعي (رباب فرج , 2002), وحرير تشارميز الطبيعي الذي يستخدم في صناعة ملابس السهرة مثل الجونلات والبلوزات والفساتين (رانيا نبيل, 2000)

صافيناز سمير محمد عبد المقصود

الأقمشة الشفافة: يندرج اسفل منها كلا مما يلي: أقمشة الشيفون: التي تمتاز بانها شفافة وخفيفة الوزن ناعمة الملمس سهلة التشكيل على المانيكان بسبب قدرتها العالية على الانسداد والليونة, وهي تصنع من الخيوط الرفيعة (أسماء عبد الله, 2015), وهي مناسبة لملابس السهرة, وبعض موديلات فترة الصباح, أقمشة الشيفون ساتان أو الكريب شيفون: هي أقمشة ثقيلة نوعا ويمكن ان تستخدم في تفصيل الطبقة الخارجية من ملابس السهرة مع اضافة الاكسسوارت ومكملات الملابس المطرزة مثل الاحزمة وغيرها, كما انها تصلح كبطانة للأقمشة المثقبة المطرزة (مجلة جمال حواء, 2011), أقمشة التل السادة: هو قماش يشبه الشبكة به فتحات سداسيه, ويوجد منه عدة انواع تختلف فيما بينها من حيث الملمس والشكل والوزن, فتستخدم الأنواع الخفيفة في صناعة طرح الزفاف, بينما النوع الثقيل يستخدم في الستائر (أسماء عبد الله, 2015), أقمشة التل الليكرا: تمتاز بالمرونة والنعومة ويستخدم في تفصيل الباديهات السوارية, أقمشة التل الجومية: اقمشة شديدة التماسك قوية تستخدم في صناعة الجيبنونات التي يتم ارتدائها اسفل فساتين الزفاف والسهرة للحصول على الإتساع المطلوب للفستان (مجلة جمال حواء, 2011), أقمشة الأورجانزا: هي اقمشة تشبه أقمشة الشيفون في شفافيته ولكنها صلبة الملمس, وسهلة الكرمشة ولامعة, وتستخدم في ملابس السهرة احيانا (رانيا نبيل , 2000), أقمشة الكريب: يوجد منها انواع كثيرة منها كريب ماكروين, كريب دي شيس, كريب بوللين, وتستخدم أقمشة الكريب شيفون في تفصيل ملابس السهرة, كما أن سطحها محبب نتيجة لاستخدام الياف مبرومة في صناعتها, وملمسها خشن نوعا (أسماء عبد الله, 2015), أقمشة الكريب جورجيت: يصنع هذا النوع من الحرير, ويبدو مظهره إما خشن أو مجعد أو منقوش او سادة سواء مطبوع أو منسوج (مجلة جمال حواء, 2011).

الأقمشة المطاطة: تستخدم هذه الأقمشة في صناعة وانتاج الملابس ذات الموديلات المتوافقة والقريبة من مقاس الجسم, وتختلف في انواعها حسب درجة المطاطية وقدرة الاقمشة على الرجوع للشكل الأصلي ومنها: أقمشة التريكو: ومن مواصفاتها قدرتها على تغيير ابعدها من خلال المطاطية الذي يختلف باختلاف اسلوب الغزل, أقمشة الاسترث: هي نوع من انواع الأقمشة المطاطة تمتاز بمرونتها العالية ولها أوزان وألوان عديدة (أسماء عبد الله , 2015), لذلك فهي اقمشة مناسبة لجميع المقاسات, ويوجد منها أقمشة لامعة واخرى غير لامعة, وتستخدم إما في تفصيل مكملات ملابس السهرة مثل الباديهات, او في تفصيل موديلات من الفساتين والجونلات والبلوزات والبنطلونات المناسبة للسهرة (مجلة جمال حواء, 2011), الأقمشة المتشابكة مثل: أقمشة الجبير: هو قماش يشبهه الدانتيل لكنة اثقل منه, يوجد به زخارف ونقوش كبيرة بارزة تشبه التطريز, وتختلف صفاته على حسب الخامة التي صنع منها سواء قطن او حرير (رباب فرج , 2002), أقمشة الدانتيل: تصنع

هذه الأقمشة من خلال تشابك الخيوط بطريقة معينة, كما تمتاز هذه الأقمشة بنقوش ذات ثقوب وفراغات ذات مظهر جميل(أسماء عبد الله, 2015), وتستخدم بكثرة في صناعة ملابس السهرة باختلاف تصميماتها, وقد تكون مطرزة بالخيوط اللامعة والملونة مع وجود الترتر والخرز مما يكسب الملابس قيمة عالية سواء كانت فستان سهرة أو زفاف أو عباءة أو بلوزة أو جونله, مع عدم المبالغة في استخدام هذه الأقمشة للحصول على الأناقة المطلوبة (مجلة جمال حواء, 2011).

الأقمشة الوبرية مثل:أقمشة المخمل: وهي أهم وأشهر أنواع الأقمشة الوبرية انتشارا, ومنها أقمشة القطيفة سواء كانت منسوجة من السداء أو من اللحمية, ويمكن ان تصنع من القطن أو الحرير الطبيعي, كما أنها تكسب الموديل الأناقة المطلوبة (رانيا نبيل, 2000).

العوامل التي تؤثر على اختيار الأقمشة لتحقيق الغرض من الإستخدام:

أن تحقيق الراحة في الإستعمال, وتمتاز بالمثانة وقدرتها على التحمل, كما يجب أن توفر قدر مناسب من المسامية ولها قدرة على الإمتصاص بما يتناسب مع الاستخدام النهائي للتصميم, وتمتاز بالمرونة و المطاطية اذا تطلب التصميم ذلك, مع مراعاة وزن القماش وفقا لطبيعة الاستخدام في الفصول والمناسبات المختلفة, ويجب أن تحقق الأقمشة القدر الكافي من السلامة والأمان لمرتديها).

(Joseph, M.L, 1984), وفيما يلي نصائح ارشادية عند شرائك للأقمشة بشكل عام: يجب أن يتم اختيار الموديل قبل شراء القماش, لأن كل موديل يناسبه خامات معينة, بينما اذا تم شراء القماش أولا فإن ذلك سوف يقيدك باختيار موديل محدد مما قد يتعارض مع رغباتك التصميمية (مجلة جمال حواء, 2011).

مع مراعاة أنه باستخدام التطبيق المقترح (تحت الدراسة) سوف يمكنك تجربة القماش الذي ترغب في شرائه على الموديل المرغوب في إرتدائه لمعرفة مقدار ملاءمتهم معاً قبل شراء القماش سواء كان الموديل كاجول أو سهرة أو رسمي.

8- عند الإنتهاء من إستخدام التطبيق يمكن استخدام المفاتيح الأساسية في الهاتف للرجوع إلي الشاشة الإفتتاحية شكل(4) والضغط على مفتاح خروج للخروج من التطبيق بشكل تام.

صدق وثبات الأدوات:

قامت الباحثة بإعداد مجموعة من الإستبيانات شملت:

1. آراء السيدات عن معرفتهم بالمعلومات اللازمة عن اسماء واشكال تصميمات الجونلة والأقمشة المستخدمة لإنتاجها وفق الفترات المختلفة وأماكن بيع الأقمشة قبل وبعد استخدام التطبيق.
2. آراء أصحاب محلات بيع الأقمشة عن أهمية استخدام التطبيق المقترح للهواتف الذكية.
3. آراء المتخصصين عن مدى ملائمة التطبيق المقترح للاستخدام وفق اهداف وحدود البحث.

4. آراء المبرمجين عن مدى ملاءمة التطبيق المقترح للاستخدام على الهواتف الذكية.
5. آراء السيدات عن مدى ملاءمة واهمية التطبيق المقترح للاستخدام على الهواتف الذكية.
6. آراء أصحاب محلات بيع الأقمشة عن مدى ملاءمة واهمية التطبيق المقترح للاستخدام على الهواتف الذكية

صدق محتوى الاستبيانات: صدق المحكمين

تم عرض مجموعة الاستبيانات السابق ذكرها في صورتها المبدئية علي مجموعة من المحكمين من أساتذة التخصص بمجال الملابس والنسيج، وبلغ عددهم 11 "ملحق رقم 1" وذلك لإبداء الرأي في محتواها ومدى توافر النقاط التالية: صياغة العبارات ومدى صلاحيتها للحكم عن محتواها وفقاً للهدف الذي أعدت لقياسه.

الصدق باستخدام الإتساق الداخلي بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للاستبيانات:

تم حساب الصدق باستخدام الاتساق الداخلي وذلك بحساب معامل الارتباط (معامل ارتباط بيرسون) بين درجة كل عبارة، والدرجة الكلية للاستبيان، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (2) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل استبيان وعباراته

الارتباط	الاستبيان
0.963**	آراء السيدات عن معرفتهم بالمعلومات اللازمة عن اسماء واشكال تصميمات الجونلة والأقمشة المستخدمة لإنتاجها وفق الفترات المختلفة وأماكن بيع الأقمشة قبل وبعد استخدام التطبيق.
**0.954	آراء أصحاب محلات بيع الأقمشة عن أهمية استخدام التطبيق المقترح للهواتف الذكية.
0.921**	آراء المتخصصين عن مدى ملاءمة التطبيق المقترح للاستخدام وفق اهداف وحدود البحث.
0.932**	آراء المبرمجين عن مدى ملاءمة التطبيق المقترح للاستخدام على الهواتف الذكية.
0.954**	آراء السيدات عن مدى ملاءمة واهمية التطبيق المقترح للاستخدام على الهواتف الذكية.
0.9312**	آراء أصحاب محلات بيع الأقمشة عن مدى ملاءمة واهمية التطبيق المقترح للاستخدام على الهواتف الذكية.

**دالة عند مستوي 0.01

يتضح من جدول (2) أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوي (0.01) ، ومن ثم يمكن القول أن هناك اتساقاً داخلياً بين العبارات المكونة لهذا الاستبيان، كما انه يقيس بالفعل ما وضع لقياسه، مما يدل علي صدق وتجانس محاور الاستبيانات.

ثبات الإستبيان: تم حساب الثبات لكل استبيان عن طريق:

1. معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach

2. طريقة التجزئة النصفية Split – half

جدول (3) قيم معامل ثبات كل استبيان على حده

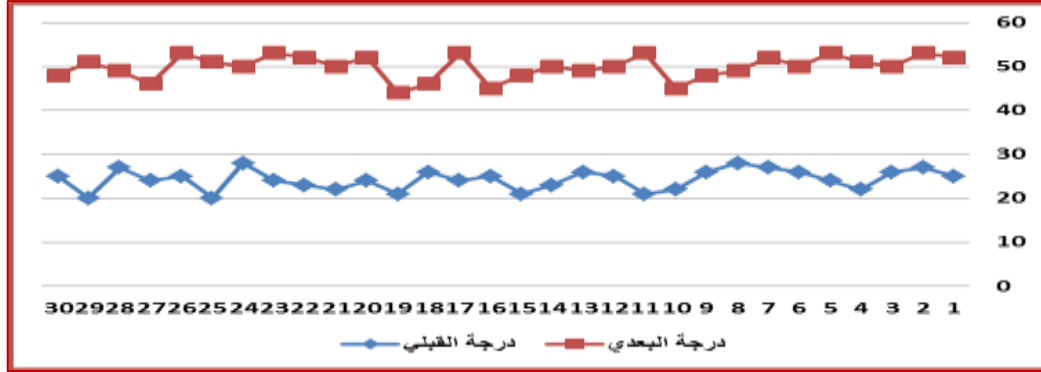
التجزئة النصفية	معامل ألفا	ثبات الاستبيانات ككل
0.892- 0.902	0.912	آراء السيدات عن معرفتهم بالمعلومات اللازمة عن ااسماء واشكال تصميمات الجونله والأقمشة المستخدمة لإنتاجها وفق الفترات المختلفة وأماكن بيع الأقمشة قبل وبعد استخدام التطبيق.
0.892- 0.902	0.912	آراء أصحاب محلات بيع الأقمشة عن أهمية استخدام التطبيق المقترح للهواتف الذكية
0.892- 0.902	0.912	آراء المتخصصين عن مدى ملاءمة التطبيق المقترح للاستخدام وفق اهداف وحدود البحث.
0.892- 0.902	0.912	آراء المبرمجين عن مدى ملاءمة التطبيق المقترح للاستخدام على الهواتف الذكية.
0.892- 0.902	0.912	آراء السيدات عن مدى ملاءمة وأهمية التطبيق المقترح للاستخدام على الهواتف الذكية.
0.892- 0.902	0.912	آراء أصحاب محلات بيع الأقمشة عن مدى ملاءمة وأهمية التطبيق المقترح للاستخدام على الهواتف الذكية.

يتضح من جدول (3) أنه تم حساب ثبات كل استبيان على حدة باستخدام معامل ارتباط ألفا فكانت قيمته ذات دلالة عند مستوي (0.01)، كما تم حساب التجزئة النصفية وكانت قيمته أيضا ذات دلالة عند مستوي (0.01) مما يشير إلي أن الاستبيانات تتمتع بدرجة عالية من الثبات.
الفرض الأول:

ينص علي: "يوجد فرق دال إحصائياً عند مستوي (≥ 0.05) بين متوسطي درجات آراء السيدات عن معرفتهم بالمعلومات المدرجة بالاستبيان الأول قبل وبعد استخدام التطبيق المقترح".
ولاختبار صحة هذا الفرض تم حساب (t-test لمتوسطين مرتبطين) للمقارنة بين متوسطي درجات آراء السيدات كما جاء في الاستبيان الأول قبل وبعد استخدام التطبيق المقترح (شكل 32)،

وجداول (4) يلخص هذه النتائج.

شكل (32) درجات آراء السيدات وفق بنود الاستبيان الأول قبل وبعد استخدام التطبيق المقترح



جدول (4) نتائج اختبار "ت" للمقارنة بين متوسطي درجات آراء السيدات وفق بنود الاستبيان الأول قبل وبعد استخدام التطبيق المقترح ونسبة الكسب المعدل لبلانك

التطبيق	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "ت"	مستوي الدلالة	معدل الكسب	درجة القبول
القبلي	24.23	2.31	29	40.47	دالة *	1.34	مقبولة لأنها تزيد عن الواحد الصحيح
البعدي	49.87	2.66					

* تقاس الدلالة عند مستوي (0.05)

يتضح من شكل (32) وجدول (4) أن قيمة "ت" دالة عند مستوي $0.05 \geq$ وهذا الفرق دال لصالح استخدام التطبيق المقترح (البعدي)، مما يشير إلي وجود فرق دال إحصائياً بين متوسطي درجات آراء السيدات عن معرفتهم بالمعلومات اللازمة عن أسماء وأشكال تصميمات الجونلة والأقمشة المستخدمة لإنتاجها وفق الفترات المختلفة وأماكن بيع الأقمشة قبل وبعد استخدام التطبيق المقترح لصالح التطبيق البعدي ، حيث بلغت قيمة "ت" (40.47) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي 0.05 عند درجة حرية (29)، كما يتضح أن نسبة الكسب المعدل (1.34) وهي قيمة مقبولة لأنها أكبر من الواحد الصحيح وبذلك يتحقق الفرض الأول.

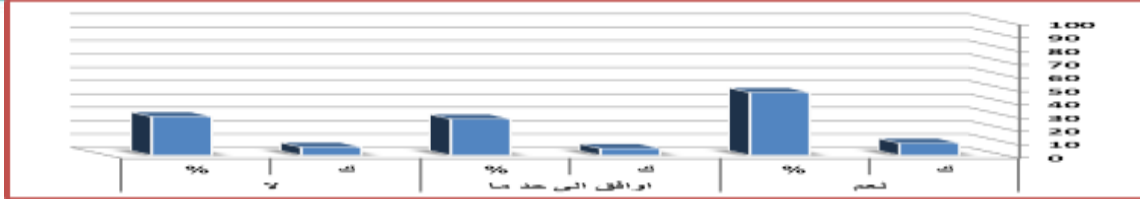
كما يمكن القول بأن التطبيق المقترح للهواتف الذكية يتصف بدرجة مقبولة من الفعالية وفق آراء السيدات في هذا الاستبيان فهو يحقق نسبة كسب معدل (ثابت بلاك) أكبر من (1.02).

وهذا يتفق مع دراسة كلا من (نبيل رضا, 2016), (وئام محمد, 2015), (أماني محمد, دميان مرقص, 2013), كما تتفق نتائج هذا الفرض فيما يخص زيادة الوعي والقدرة على التذوق الملبسى في التطبيق البعدي مع دراسة كلا من (منال عزيز, 2013), (لمياء محمود, 2011), (رباب محمد, رشا محمود, 2011), وهذا يدل على ان استخدام التطبيق المقترح له اهمية من حيث زيادة معرفة السيدات للمعلومات المرتبطة بالجونلات واسماؤها وأشكالها والأقمشة والخامات والمناسبة للاستخدام وفق الفترات المختلفة ووفقا لما جاء في بنود الاستبيان الأول.

وهو ينص على: " يتيح التطبيق المقترح للهواتف الذكية امكانية اختيار وتسويق القماش المناسب لتصميم الجونلة الحريمي في ضوء معامل اتفاق أصحاب محلات بيع الأقمشة علي أهمية إعداده". حيث تم حساب معامل اتفاق أصحاب محلات بيع الأقمشة والبالغ عددهم (20) على اهمية استخدام التطبيق المقترح وفقاً لما جاء في نتائج بنود الاستبيان الثاني، والجدول (5) يوضح ذلك. جدول (5) معامل اتفاق عينة الدراسة من أصحاب محلات بيع الأقمشة علي أهمية استخدام التطبيق المقترح للهواتف الذكية

الوزن النسبي	المتوسط	لا		أوافق إلى حد ما		نعم		البند
		%	ك	%	ك	%	ك	
83.33	2.5	25	5	0	0	75	15	1
53.33	1.6	65	13	10	2	25	5	2
80.00	2.4	20	4	20	4	60	12	3
43.33	1.3	80	16	10	2	10	2	4
90.00	2.7	0	0	30	6	70	14	5
86.67	2.6	0	0	40	8	60	12	6
48.33	1.45	55	11	45	9	0	0	7
51.67	1.55	45	9	55	11	0	0	8
100.00	3	0	0	0	0	100	20	9
66.67	2	25	5	50	10	25	5	10
68.33	2.05	20	4	40	8	35	7	11
61.67	1.85	15	3	85	17	0	0	12
51.67	1.55	65	13	15	3	20	4	13
96.67	2.9	0	0	10	2	90	18	14
96.67	2.9	0	0	10	2	90	18	15
45.00	1.35	75	15	15	3	10	2	16
91.67	2.75	0	0	25	5	75	15	17
100.00	3	0	0	0	0	100	20	18
74.59	2.24	28.82	6	27.06	5	46.94	9	ككل

صافيناز سمير محمد عبد المقصود



شكل (33) معامل إتفاق آراء عينة الدراسة من أصحاب محلات بيع الأقمشة ككل علي أهمية إعداد التطبيق المقترح للهواتف الذكية

يتضح من جدول(5) وشكل(33) اتفاق المحكمين البالغ عددهم (20) محكم من اصحاب محلات بيع الأقمشة (بمحافظة الشرقية والقاهرة) لحساب ثبات آرائهم وفق بنود الاستبيان الثاني والتي أظهرت موافقتهم على أهمية إعداد التطبيق المقترح للهواتف الذكية بنسبة(74.59%)، وبذلك يتحقق الفرض الثاني.

وتم تحديد عدد مرات الاتفاق بين اصحاب محلات بيع الأقمشة باستخدام معادلة كوبر Cooper كما يلي:

نسبة الاتفاق = (عدد مرات الاتفاق / (عدد مرات الاتفاق + عدد مرات عدم الاتفاق)) × 100
 وكانت نسبة الاتفاق تتراوح بين (43%، 100%)، وهي نسب اتفاق تتراوح بين منخفضة ومتوسطة وعالية، وعند تحليل سبب وجود اقل نسبة (43%) نجد ان (16) من اصحاب محلات بيع الأقمشة اتفقوا على انهم لا يقومون بعمل دعاية مناسبة لما لديهم من الأقمشة سواء باستخدام الوسائل الإلكترونية أو بأي طرق أخرى، وقد اوضح البعض السبب في ذلك يمكن ان يرجع لقله خبرتهم في استخدام الوسائل الإلكترونية للإعلان، أو ان الدعاية مكلفة، أو ان صاحب المحل يري انه ذو سمعة طيبة ولا يحتاج لدعاية، بينما نجد أن جميع اصحاب محلات بيع الأقمشة اتفقوا بنسبة 100% على أهمية اعداد التطبيق. وتتفق نتائج هذا الفرض مع دراسة (Joshua and Mayer, 2010)، (خالد محمود، 2017)، (Maysa, Eman and Sally, 2014) من حيث اتقاقهم على ان استخدام وسائل التسويق الإلكتروني للمنتجات يعمل على تقديم الدعاية المناسبة للمحل وبالتالي جذب المستهلكين وزيادة عددهم مما يؤدي لزيادة المبيعات، بالإضافة إلى اتقاقهم على وجود شريحة كبيرة من الشباب في المجتمع تفضل زيارة مكان المحل أولاً قبل الشراء، وهو ما يتفق مع اهداف البحث الحالي من خلال مراعاة ذلك اثناء اعداد التطبيق المقترح للهواتف الذكية.

الفرض الثالث:

ينص على: "يتيح التطبيق المقترح إمكانية إختيار وتسويق القماش المناسب لتصميم الجونله الحريمي في ضوء معامل إتفاق المتخصصين علي ملاءمته للإستخدام وفقاً لأهداف وحدود البحث"

صافيناز سمير محمد عبد المقصود

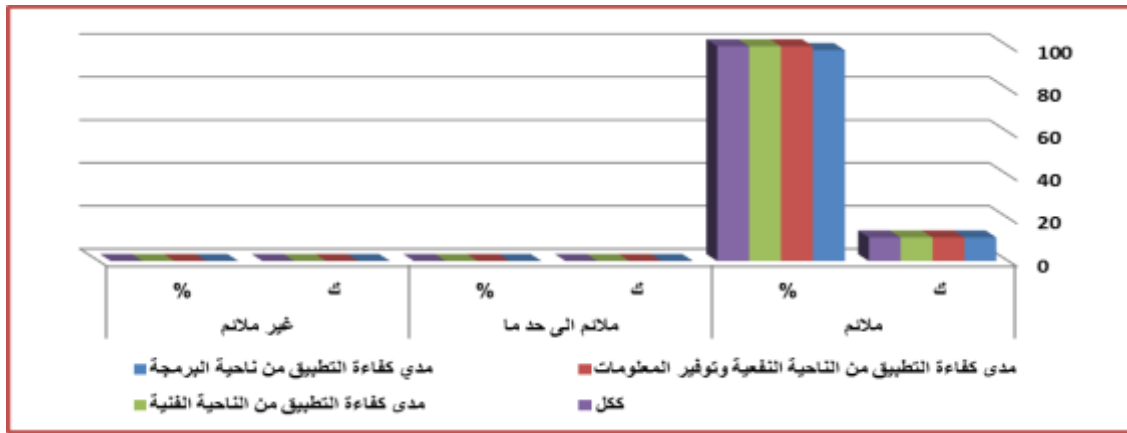
حيث تم حساب معامل اتفاق المتخصصين علي ملائمة استخدام التطبيق المقترح للهواتف الذكية والبالغ عددهم (11) من الأساتذة المتخصص في مجال الملابس والنسيج، وذلك كما هو موضح بالجدول (6) التالي:

جدول (6) معامل اتفاق عينة الدراسة من الأساتذة المتخصصين علي ملائمة استخدام التطبيق المقترح وفقاً لأهداف وحدود البحث

الوزن النسبي	المتوسط	غير ملائم		ملائم إلى حد ما		ملائم		البند	المحور
		%	ك	%	ك	%	ك		
96.97	2.91	0.00	0	9.09	1	90.91	10	1	الأول: كفاءة التطبيق من ناحية البرمجة
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	2	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	3	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	4	
96.97	2.91	0.00	0	9.09	1	90.91	10	5	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	6	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	7	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	8	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	9	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	10	
99.39	2.98	0.00	0	0.00	0	98.18	11	ككل	
96.97	2.91	0.00	0	9.09	1	90.91	10	1	الثاني: كفاءة التطبيق من الناحية النفعية وتوفير المعلومات
96.97	2.91	0.00	0	9.09	1	90.91	10	2	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	3	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	4	
96.97	2.91	0.00	0	9.09	1	90.91	10	5	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	6	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	7	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	8	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	9	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	10	
99.09	2.97	0.00	0	0.00	0	100.00	11	ككل	

صافيناز سمير محمد عبد المقصود

100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	1	الثالث: كفاءة التطبيق من الناحية الفنية
96.97	2.91	0.00	0	9.09	1	90.91	10	2	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	3	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	4	
96.97	2.91	0.00	0	9.09	1	90.91	10	5	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	6	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	7	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	8	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	9	
100.00	3.00	0.00	0	0.00	0	100.00	11	10	
99.39	2.98	0.00	0	0.00	0	100.00	11	ككل	



شكل (34) معامل إتفاق عينة الدراسة من الأساتذة المتخصصين ككل علي إستخدام التطبيق

المقترح للهواتف الذكية وفقاً لأهداف وحدود البحث

تشير نتائج جدول (6) وشكل (34) أن نسبة الاتفاق الخاصة بآراء الأساتذة المتخصصين والبالغ عددهم (11) حول ملائمة إستخدام التطبيق المقترح للهواتف الذكية وفقاً لأهداف وحدود البحث تتراوح بين (96.97%، 100%)، وهي نسب اتفاق عالية جداً مما يؤكد ملاءمه التطبيق للاستخدام وبذلك يتحقق الفرض الثالث في ضوء آراء الاساتذة المتخصصين، وهو ما يتفق مع دراسة (أماني محمد، دميان مرقص، 2013) فيما يخص حصول التطبيق المقترح على نسبة اتفاق عالية لآراء

الأساتذة المحكمين وهو ما يؤكد على ملاءمة التطبيق المقترح للاستخدام وفق بنود الاستبيان وفيما يحقق هذا الفرض واهداف البحث.

الفرض الرابع:

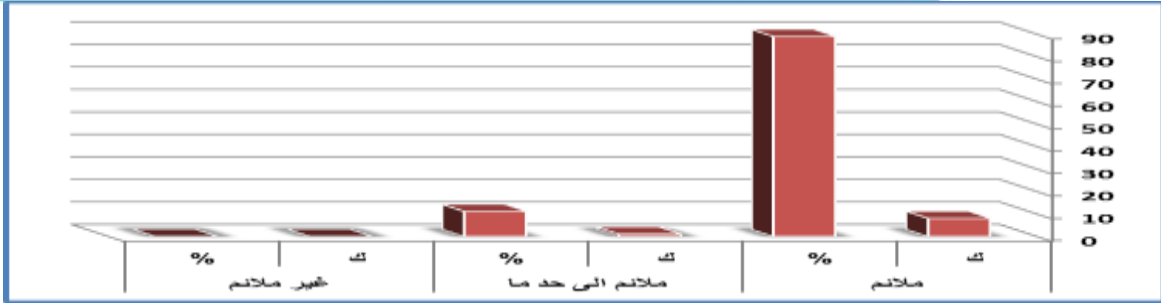
ينص على: "يتيح التطبيق المقترح امكانية اختيار وتسويق القماش المناسب لتصميم الجونلة الحريمي في ضوء معامل إتفاق المبرمجين علي ملاءمته للاستخدام على الهواتف الذكية".

حيث تم حساب معامل إتفاق المبرمجين علي ملاءمة إستخدام التطبيق المقترح للهواتف الذكية والبالغ عددهم (9) كما هو موضح بالجدول (7) التالي:

جدول (7) معامل إتفاق عينة الدراسة من المبرمجين علي ملاءمة استخدام التطبيق المقترح للهواتف الذكية

الوزن النسبي	المتوسط	غير ملائم		ملائم إلى حد ما		ملائم		البند
		%	ك	%	ك	%	ك	
86.67	2.60	0.00	0	11.11	1	88.89	8	1
90.00	2.70	0.00	0	0.00	0	100.00	9	2
90.00	2.70	0.00	0	0.00	0	100.00	9	3
90.00	2.70	0.00	0	0.00	0	100.00	9	4
86.67	2.60	0.00	0	11.11	1	88.89	8	5
90.00	2.70	0.00	0	0.00	0	100.00	9	6
90.00	2.70	0.00	0	0.00	0	100.00	9	7
90.00	2.70	0.00	0	0.00	0	100.00	9	8
90.00	2.70	0.00	0	0.00	0	100.00	9	9
86.67	2.60	0.00	0	11.11	1	88.89	8	10
90.00	2.70	0.00	0	0.00	0	100.00	9	11
90.00	2.70	0.00	0	0.00	0	100.00	9	12
90.00	2.70	0.00	0	0.00	0	100.00	9	13
86.67	2.60	0.00	0	11.11	1	88.89	8	ككل

صافيناز سمير محمد عبد المقصود



شكل (35) معامل إتفاق عينة الدراسة من الأساتذة المبرمجين ككل علي ملاءمة التطبيق المقترح للإستخدام على الهواتف الذكية

تشير نتائج جدول (7) وشكل (35) السابق أن نسبة إتفاق الأساتذة المبرمجين والبالغ عددهم (10) والخاصة بأرائهم عن ملاءمة إستخدام التطبيق المقترح للإستخدام على الهواتف الذكية تتراوح بين (86.67%، 90.00%)، وهي نسب إتفاق عالية جداً مما يؤكد علي صحة الفرض الرابع في ضوء آراء المبرمجين، وهذا يتفق مع النتائج التي تم الحصول عليها بإستخدام MobiReady المجاني، حيث حصل التطبيق المقترح على تقدير جيد جداً بنسبة (3.81 من 5)، وهي نتيجة مرتفعة حيث تدخل ضمن 1000 تطبيق الممتازة ضمن تصنيف إيكسا، كما يتفق ذلك ما نتائج دراسة (أماني محمد، دميان مرقص، 2013) من حيث كفاءة التطبيق وملاءمته للإستخدام على الهواتف الذكية.

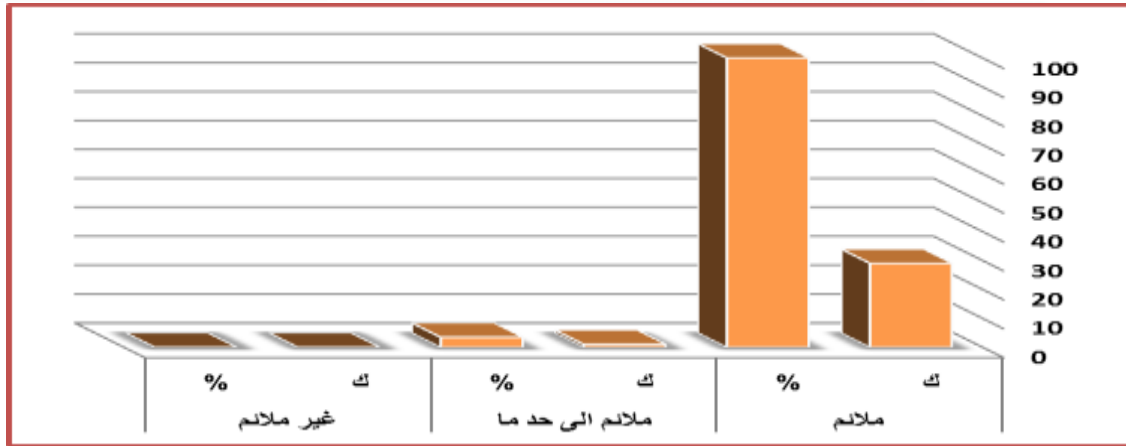
الفرض الخامس:

ينص على: "يتيح التطبيق المقترح للهواتف الذكية امكانية اختيار وتسويق القماش المناسب لتصميم الجونلة الحريمي في ضوء آراء السيدات عن مدى ملاءمة وأهمية التطبيق المقترح للاستخدام"

حيث تم حساب معامل إتفاق عينة الدراسة من السيدات علي مدى ملاءمة وأهمية إستخدام التطبيق المقترح للهواتف الذكية والبالغ عددهم (30) وذلك كما هو بجدول (8) التالي:

جدول (8) معامل إتفاق عينة الدراسة من السيدات على مدي ملاءمة وأهمية التطبيق المقترح للإستخدام على الهواتف الذكية

البند	ملائم		ملائم إلى حد ما		غير ملائم		المتوسط	الوزن النسبي
	%	ك	%	ك	%	ك		
1	100.00	29	3.45	1	0.00	0.00	2.97	98.89
2	100.00	29	3.45	1	0.00	0.00	2.97	98.89
3	103.45	30	0.00	0	0.00	0.00	3.00	100.00
4	103.45	30	0.00	0	0.00	0.00	3.00	100.00
5	103.45	30	0.00	0	0.00	0.00	3.00	100.00
6	103.45	30	0.00	0	0.00	0.00	3.00	100.00
7	103.45	30	0.00	0	0.00	0.00	3.00	100.00
8	103.45	30	0.00	0	0.00	0.00	3.00	100.00
9	103.45	30	0.00	0	0.00	0.00	3.00	100.00
10	100.00	29	3.45	1	0.00	0.00	2.97	98.89
11	103.45	30	0.00	0	0.00	0.00	3.00	100.00
12	103.45	30	0.00	0	0.00	0.00	3.00	100.00
13	103.45	30	0.00	0	0.00	0.00	3.00	100.00
ككل	100.00	29	3.45	1	0.00	0.00	2.99	99.74



شكل (36) معامل إتفاق عينة الدراسة من السيدات ككل علي ملاءمة وأهمية التطبيق المقترح للإستخدام على الهواتف الذكية

تشير نتائج جدول (8) وشكل (36) أن نسبة إتفاق عينة الدراسة من السيدات والبالغ عددهم (30) والخاصة بأرائهم عن ملاءمة وأهمية التطبيق المقترح للإستخدام على الهواتف الذكية تتراوح بين (98.89%، 100.00%)، وهي نسب الإتفاق عالية جداً مما يؤكد صحة الفرض الخامس في ضوء آراء عينة الدراسة من السيدات، وهذا يتفق مع دراسة (Joshua and Mayer, 2010) من حيث أن نسبة كبيرة من القائمين بالتسويق من خلال الوسائل الإلكترونية تفضل زيارة أماكن البيع قبل الشراء منها، بالإضافة إلى ضرورة الإهتمام بهذه المواقع ليم جذب أكبر للزوار وبالتالي زيادة المبيعات، وهو ما يتفق مع أهداف البحث الحالي والذي تم مراعاته أثناء تصميم التطبيق المقترح، كما يتفق هذا الفرض مع دراسة (خالد محمود، 2017)، (Kang, J., & Park-Poaps, H, 2011)، (Maysa, Eman and Sally, 2014) من حيث ضرورة الاهتمام بجودة تصميم التطبيقات والمواقع المستخدمة في التسويق الإلكتروني واستخدام ألوان جذابة، وتوافر المعلومات اللازمة للمستهلك عن المنتج وبيانات المحل لسهولة التواصل معه، وهو ما تم مراعاته اتبعاه عن أعداد التطبيق المقترح، وهذا ما اثبتته نتائج هذا الفرض من خلال اتفاق آراء السيدات.

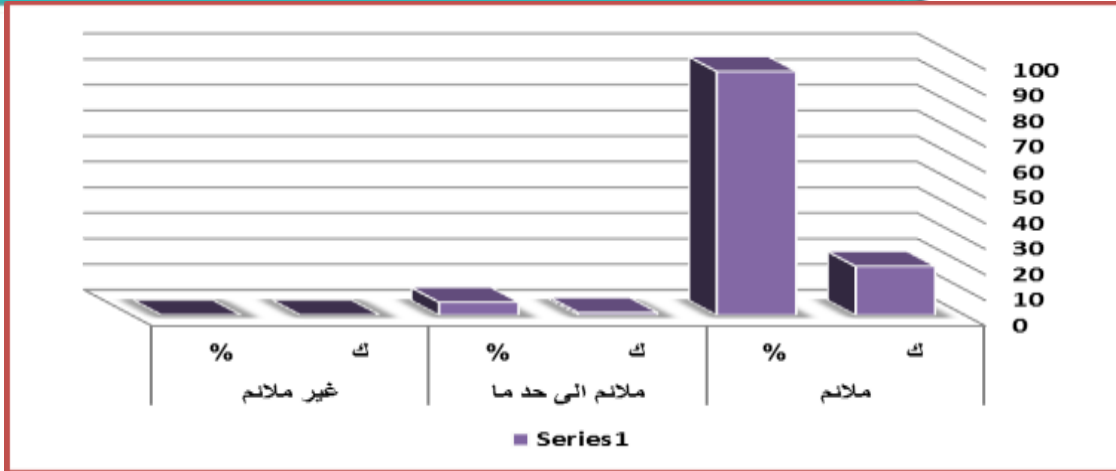
الفرض السادس:

وهو ينص على: "يتيح التطبيق المقترح امكانية اختيار وتسويق القماش المناسب لتصميم الجونله الحريمي في ضوء آراء اصحاب محلات بيع الأقمشة عن مدي ملاءمته وأهميته للاستخدام". حيث تم حساب معامل اتفاق عينة الدراسة من أصحاب محلات بيع الأقمشة والبالغ عددهم (20) عن مدى ملاءمة واهمية استخدام التطبيق المقترح للهواتف الذكية، وذلك كما هو موضح بجدول (9) التالي:

جدول (9) معامل اتفاق عينة الدراسة من أصحاب محلات بيع الأقمشة علي ملاءمة واهمية التطبيق المقترح للاستخدام على الهواتف الذكية

م	ملائم		ملائم إلي حد ما		غير ملائم		المتوسط	الوزن النسبي
	%	ك	%	ك	%	ك		
1	95.00	19.00	5.00	1.00	0.00	0.00	2.95	98.33
2	100.00	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.00	100.00
3	95.00	19.00	5.00	1.00	0.00	0.00	2.95	98.33
4	90.00	18.00	10.00	2.00	0.00	0.00	2.90	96.67
5	100.00	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.00	100.00
6	100.00	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.00	100.00
7	100.00	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.00	100.00
8	100.00	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.00	100.00
9	100.00	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.00	100.00
10	95.00	19.00	5.00	1.00	0.00	0.00	2.95	98.33
11	100.00	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.00	100.00
12	100.00	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.00	100.00
13	100.00	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.00	100.00
ككل	95.00	19	5.00	1.00	0.00	0.00	2.95	98.33

صافيناز سمير محمد عبد المقصود



شكل (37) معامل إفاق عينة الدراسة من أصحاب محلات بيع الأقمشة علي ملائمة وأهمية استخدام التطبيق المقترح على الهواتف الذكية

تشير نتائج جدول (9) وشكل (37) أن نسبة الاتفاق لملائمة واهميه استخدام التطبيق المقترح للهواتف الذكية لعينة الدراسة من أصحاب محلات بيع الأقمشة والبالغ عددهم (20) تتراوح بين (98.33%، 100.00%)، وهي نسب اتفاق عالية جدا مما يؤكد علي ملائمة استخدام التطبيق في ضوء آراء أصحاب محلات بيع الأقمشة وبذلك يتحقق الفرض السادس، وهو ما يتفق مع دراسة **Kang, J., & Park-Poaps, H (2011)** من حيث اهمية احتواء وسائل التسويق الإلكترونية المختلفة على المعلومات الهامة للمستهلك وللمتسوق، توافر الجمال والابتكار في التصميم، توافر الموسيقى والألوان الجذابة وسهولة الاستخدام، كما تتفق نتائج هذا الفرض مع توصيات دراسة **خالد محمود (2017)** من حيث ضرورة توفير بيانات التاجر لسهولة تواصل المستهلك معه للتغلب على مخاوف المستهلك من مخاطر التسوق الإلكتروني، وذلك ما اكده اتفاق اراء اصحاب محلات بيع الاقمشة بنسبة مرتفعة جدا (98.33%، 100.00%) على ان التطبيق المقترح ملائم للاستخدام وفق آراء اصحاب محلات بيع الأقمشة، وذلك يتفق مع ما جاء في الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث.

النتائج: Result

1. تصميم تطبيق للهواتف الذكية يساعد المستخدمين من السيدات وأصحاب محلات بيع الأقمشة للوصول إلى الأهداف المنشودة وفقاً لأهداف وحدود البحث.
2. إثبات فعالية ودور التطبيق في زيادة معرفة عينة البحث من السيدات فيما يخص المعلومات المرتبطة بالجونلات الحريمي وفقاً لحدود البحث والتطبيق.

صافيناز سمير محمد عبد المقصود

3. سهولة تحميل التطبيق من الإنترنت على الهواتف الذكية وسهولة إستخدامه.
4. حصول التطبيق على درجات إتفاق عالية حول ملاءمته للإستخدام على الهواتف الذكية من خلال إتفاق آراء الأساتذة المتخصصين والمبرمجين وعينة البحث.

الخلاصة:

من خلال النتائج السابقة ونتائج التحليل الإحصائي يتضح لنا ما يلي:

1. وجود فرق دال إحصائياً بين متوسطي درجات آراء عينة البحث من السيدات عن معرفتهم بالمعلومات المدرجة في الاستبيان الأول قبل وبعد استخدام التطبيق لصالح التطبيق البعدي ، حيث بلغت قيمة "ت" (40.47) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي 0.05 عند درجة حرية (29)، كما أن نسبة الكسب المعدل هي (1.34).
2. اتفاق آراء عينة البحث من اصحاب محلات بيع الأقمشة قبل اعدد التطبيق على موافقتهم على اهمية إعداد التطبيق للهواتف الذكية بنسبة (74.59%) وهي نسبة مقبولة.
3. إتفاق آراء الأساتذة المتخصصين عن ملاءمة التطبيق للاستخدام على الهواتف الذكية وفقاً لأهداف وحدود البحث بنسبة تتراوح من (96.97%، 100%)، وهي نسب اتفاق عالية جداً
4. إتفاق آراء الأساتذة المبرمجين عن ملاءمة التطبيق للاستخدام على الهواتف الذكية تتراوح بين (86.67%، 90.00%)، وهي نسبة اتفاق عالية جداً، وهو يتفق مع النتائج التي حصل عليها التطبيق باستخدام MobiReady المجاني وهي نسبة (3.81 من 5) بتقدير جيد جداً، وهي نسبة مرتفعة وتدخل ضمن 1000 تطبيق الممتازة ضمن تصنيف اليكسا.
5. إتفاق آراء عينة البحث من السيدات على ملاءمة واهمية التطبيق للاستخدام على الهواتف الذكية بنسبة تتراوح بين (98.89% ، 100.00%)، وهي نسب اتفاق عالية جداً.
6. إتفاق آراء عينة البحث من اصحاب محلات بيع الأقمشة على ملاءمة وأهميه إستخدام التطبيق للهواتف الذكية بنسبة (98.33% : 100.00%)، وهي نسب اتفاق عالية جداً. وترجع تلك النتائج المرتفعة بسبب حداثة فكرة التطبيق، أهميته، جودة تصميمه، سهولة تحميله، وسهولة إستخدامه على الهواتف الذكية وفق آراء عينة ومحكمي التطبيق.

التوصيات: Recommendations

1. استكمال إعداد تطبيقات للهواتف الذكية مختلفة لمواكبة التطور التكنولوجي والإلكتروني لتساعد في تحقيق الدعاية والتسويق لملابس السهرة والأطفال والرجال والشباب وغيرهم.

2. الإستفادة من مميزات التسويق الإلكتروني وتفعيله بإعداد المزيد من التطبيقات الخدمية بالسوق المصري للمستهلك والمنتج في مجال الملابس والنسيج مما يحقق الترابط بينهم.
3. الإستفادة من تطبيقات الهواتف الذكية في تقديم معلومات مفيدة وموثقة موجة لفئات مختلفة بالمجتمع تساعدهم على سهولة الوصول للمعلومة الصحيحة في مجال الملابس والنسيج.
4. أن تخضع كافة التطبيقات للرقابة لضمان وصول المعلومة الصحيحة للمستخدم.

المراجع: References

1. أحمد عبد الحميد أمين حجازي (2014): "أنماط التسوق وانعكاساتها على القيمة المدركة لعملاء الملابس الجاهزة: دراسة تطبيقية على طلاب الجامعات المصرية", المجلة المصرية للدراسات التجارية جامعة المنصورة, مجلد (38), عدد(1).
2. أحمد على سالمان, رانيا محمود حمودة, أسماء الشعراوي الششتاوي(2016): " معجم المنسوجات الثقافي", مكتبة نانسي, دمياط.
3. أحمد محمد فاروق شرف نوفل(1998): "وضع خطة مقترحة للنهوض بصناعة الملابس الجاهزة في محافظة المنوفية لتحسين مستوى الدخل العام", رسالة ماجستير غير منشورة, كلية الاقتصاد المنزلي, جامعة المنوفية.
4. أسماء عبد الله عطية عطا(2015): "إمكانية إستخدام شبكة المعلومات كأحد نظم التعليم عن بعد في تصميم وتنفيذ ملابس السيدات ذات الأجسام البدنية", رسالة دكتوراة غير منشورة, كلية الاقتصاد المنزلي, جامعة المنوفية.
5. —————(2009): "استخدام تطبيقات الحاسب الالي في الارتقاء بمستوي تذوق واختيار الملابس في مجال التفصيل الخاص", رسالة ماجستير غير منشورة, كلية الاقتصاد المنزلي, جامعة المنوفية.

6. أسمهان اسماعيل محمد النجار(2006) : " تأثير اختلاف بعض التراكيب البنائية والتصميم على خواص الاداء الوظيفي لملابس السهرة للسيدات", رسالة دكتوراه غير منشورة, كلية الاقتصاد المنزلي , جامعة المنوفية.
7. أماني محمد شاكر محمد, دميان مرقص أنور سمعان(2013): "تصميم تطبيق تعليمي يصلح لتعلم التراكيب النسجية البسيطة على الهواتف الذكية والكمبيوتر اللوحي", مجلة التصميم الدولية، مجلد 3، عدد4, أكتوبر.
8. إيهاب فاضل ابو موسي,(2006): "التثقيف الملبسي", مكتبة الملك فهد الوطنية.
9. إيمان حامد محمود ربيع (2013): "فاعلية برنامج مقترح لتنمية التذوق الملبسي للأطفال التوحديين", مجلة بحوث التربية النوعية, جامعة المنصورة, عدد (22), أكتوبر.
- 10-خالد محمود الشيخ (2017): " تسويق الملابس عبر الانترنت في مصر ومعوقات التجارة الإلكترونية", مجلة التصميم الدولية، مجلد 2، عدد7, ابريل.
- 11- دعاء حسام الدين (2013): " أنواع الاقمشة المختلفة ومناسبتها للصيف والشتاء", مقال منشور اون لاين, جريدة اليوم السابع, الثلاثاء، 26 مارس, <http://www.youm7.com/story/2013/3/26>
- 12- رانيا شوقي محمد غازي(2011): "الأساليب الفنية في تسويق الملابس عبر الإنترنت لخدمة المنتج والمستهلك", رسالة دكتوراه غير منشورة, كلية الاقتصاد المنزلي, جامعة المنوفية.
- 13- رانيا نبيل زكي (2000): "دراسة امكانية استخدام اسلوب التشكيل علي المانيكان من خلال خط انتاج صناعي لتنفيذ بعض ملابس السهرة الحريمي, رسالة ماجستير غير منشورة, كلية الاقتصاد المنزلي, جامعة المنوفية.
- 14- رباب أحمد محمد الرفاعي(2003): "تحليل القيم التعبيرية والجمالية للموضة الملبسية وعلاقتها بالنظم السياسية في الفترة من الأربعينيات إلى الستينيات من القرن العشرين", رسالة دكتوراه غير منشورة, كلية الاقتصاد المنزلي, جامعة المنوفية.
- 15- رباب فرج إبراهيم محرم (2002): "إمكانية تنفيذ ملابس خارجية اقتصادية ومبتكرة للمرأة باستخدام مكملات الملابس ومدى تأثيرها على المظهر الملبسي", رسالة ماجستير غير منشورة, كلية الاقتصاد المنزلي, جامعة المنوفية.

- 16- رباب محمد السيد, رشا محمود محمد (2011): "فعالية برنامج مقترح في التذوق الملبسي على اتخاذ قرار اختيار وشراء بعض طالبات جامعة الفيوم لملايسهن", مجلة بحوث كلية التربية النوعية, جامعة المنصورة, عدد (22), يوليو.
- 17- رحاب الدسوقي أبو اليزيد(2017): "تصميم بيئة تعلم شخصية قائمة على الأنشطة الإلكترونية لتنمية مهارات توظيف تطبيقات الهواتف الذكية لدى طلاب كلية التربية", رسالة ماجستير غير منشورة, كلية التربية, جامعة المنصورة.
- 18- رضا نبيل الوزيري (2016): "تصميم تطبيق للهواتف الذكية قائم على إدارة المعرفة لتنمية مهارات البحث العلمي لدى طلاب الدراسات العليا بكلية التربية", رسالة ماجستير غير منشورة, كلية التربية, جامعة المنصورة.
- 19- زينب عبد الحفيظ فرغلي(2006): "الملابس الخارجية للمرأة", الطبعة الأولى, دار الفكر العربي.
- 20- سامر أحمد حمدي أحمد إسكا(2015): "دراسة تحليلية للفن الأسباني لابتكار تصميمات ملبسية لتحسين الصورة البصرية في وسائل الإعلام المرئية", رسالة دكتوراه غير منشورة, كلية الاقتصاد المنزلي, جامعة المنوفية.
- 21- سحر على زغول على(2002): "فاعلية برنامج مقترح في تصميم الازياء الحريمي وقياس أثره على المفاهيم والمهارات الأساسية لدى طلاب قسم الملابس والنسيج", رسالة ماجستير غير منشورة, كلية الاقتصاد المنزلي, جامعة حلوان.
- 22- سليمان البصير (2014): "تأثير الاعلان الالكتروني على خطوات القرار الشرائي لدى طلاب الجامعات : دراسة تطبيقية على طلاب جامعات القصيم", مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية, مجلد (51), عدد (1), يناير.
- 23- عبد الفتاح مراد(2003): " التجارة الالكترونية والبيع والشراء على شبكة الانترنت", دار وائل للطباعة النشر, عمان.
- 24- عليه احمد عابدين(2010): " دراسات في سيكولوجية الملابس", دار المسيرة, الطبعة الثانية.
- 25- كفاية سليمان احمد وسحر على زغول(2007): "اسس تصميم الأزياء للنساء", الطبعة الأولى, عالم الكتب.
- 26- لمياء محمود محمود القاضي (2011): " أثر برنامج قائم على التعلم الإلكتروني في تنمية الوعي الملبسي والاتجاه نحو المستحدثات التكنولوجية لدى طالبات كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة الأزهر", رسالة دكتوراه غير منشورة, كلية الاقتصاد المنزلي, جامعة المنوفية.

27- محمد محمد على أبو، هبة عاصم الدسوقي، منصوره سليمان سيد، حنان احمد قطب(2017): "دراسة مقترحة لتعليم باترون جونله طفله للصم وضعاف السمع بلغة الاشارة", المؤتمر الدولي الخامس العربي التاسع عشر للاقتصاد المنزلي, كلية الاقتصاد المنزلي, جامعه المنوفية.

28- منال عزيز ابراهيم احمد(2013): " فاعلية برنامج مقترح لتنمية الجانب الجمالي لملايس السيدات الخارجية باستخدام الحاسب الألى", رساله ماجستير, كلية التربية النوعية, جامعه المنصورة.

29- يسري معوض(2001): "قواعد وأسس تصميم الأزياء", عالم الكتب.

30- مجلة جمال حواء (2011): " كيف تختاري أقمشة فساتين السهرة", تاريخ الاسترداد 14 اكتوبر, 2011 من

https://eve7beauty.blogspot.de/2011/10/blog-post_923.html

31- ونام محمد محمد حمزة (2015): "دراسة كفاءة استخدام تطبيق Galaxy for Book (Sketch في تصميم الأزياء", مجلة التصميم الدولية, مجلد 4, عدد 5, أكتوبر.

32- وفاء محمد محمد عبد الرحمن سماحة (2012): " فعالية برنامج مقترح لتنمية التذوق الملبيسي لدى الأطفال باستخدام الحاسب الألى", رساله دكتوراه غير منشورة, كلية التربية النوعية, جامعه المنصورة0

33- Joshua Fogel and Mayer Schneider, (2010): "Understanding designer clothing purchases over the internet", Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, Vol. 14 Iss 3 pp. 367 – 396.

34- Joseph, M.L (1984): "Fabric Perform a Selection Use and Care", Van North and Rein old Company New York.

35-Kang, J., & Park-Poaps, H. (2011): "Motivational antecedents of social shopping for fashion and its contribution to shopping satisfaction", Clothing and Textiles Research Journal, 29, 331–347

36- Maysa Fekry Ahmed El- Sayed, Eman Mohamed Anees Abd El-Aal and Sally Sayed Mahmoud(2014): " The Advantages of Social Networks Marketing for Women Casual Clothes Printed Designs Inspired by Islamic Art", International Design Journal, Volume (4), issue (3),July.

37- Sandra Maria, Correia Loureiro and Michael Breazeale (2016): "Pressing the Buy Button: Generation Y's Online Clothing Shopping Orientation and Its Impact on Purchase", Clothing and Textiles Research Journal 2016, Vol. 34(3) 163-178

38- Sandy Dawson and Minjeong Kim (2010): "Cues on apparel web sites that trigger impulse purchases", Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, Vol. 14 Iss 2 pp. 230 – 246.

39- Ui-Jeen Yu, Hyun-Hwa Lee, Mary Lynn Damhorst(2012): "Exploring multidimensions of product performance risk in the online apparel shopping context: Visual, tactile, and trial risks", Clothing and Textiles Research Journal, 30, 251–266, First Published October 22

40-<https://www.techopedia.com/definition/2953/mobile-application-mobile-app>

Design a Proposed Application for Smart Phones that Allows the Possibility of Selecting and Marketing Appropriate Fabric for the Design of Women's Skirt

Safynaz Samir Mohamed Abdel- Maqsoud

Assistant Professor of Clothing and Textiles - Faculty of Specific Education, Zagazig University, Zagazig,
Egypt

Abstract :The research aims to design a proposed application for the smart phones which can be loaded directed from the internet and provides diverse and documented information to ladies about the names and forms of different designs and types of fabrics and materials suitable for them using smart phone technology, and providing the information and the properties of the fabric by the least time and effort before buying, in addition to enabling the owners of the fabric shops to renew its data and information as well as inserting new fabrics to make propaganda and marketing for their fabrics easily and in simply way which leads to increasing the sales of local fabrics and fast profits which is considered a service for the citizen in the society community. The research use the descriptive and the experimental research method to achieve its aims which includes the earlier Arabic studies which is concerned with this field, So the researcher has presented the proposed application to a group of specialized professors in the field of fabrics and textiles, and programming, in addition to a group of woman and the owners of shops to evaluate the application through an questionnaire form. The study found that the research sample from the women had the same opinion on the effectiveness of the application in increasing their knowledge of the information related to the skirts and help them in choosing the suitable fabric for the designs of the skirt, according to the suitable period before buying, in addition to the ability to reach the place of fabrics shop easily and quickly, also the owners of the fabrics shop have the same opinions about the importance of preparation of the application which helped them in the propaganda and marketing for their fabrics and textiles which leads to increasing the sales and profits easily and quickly, as well as the competition among the owners of the shops which leads to increasing their interests to provide the market with the innovating and creation in the field of fabrics and textiles which leads to increasing the local selling and buying, besides loading the application for the net on the smart phones easily, all the supervisors have praised the innovation and the creativity of the idea of the application and its ability to help the citizens to reach the information easily.

Key words: Application, Smart phones, Google play, Android, Marketing, Types of
Fabrics and Women's skirt

صافيناز سمير محمد عبد المقصود

ملحق (1) الاستبيان المستخدم مع عينة الدراسة من السيدات قبل وبعد اعداد التطبيق المقترح

م	آراء السيدات عن معرفتهن بالمعلومات اللازمة عن اسماء واشكال تصميقات الجونلة والأقمشة المستخدمة لإنتاجها وفق الفترات المختلفة وأماكن بيعها	اعداد التطبيق	قبل/ بعد
1	هل لديكي معلومات عن مسميات تصميقات الجونلة المرفقة مع الاستبيان(جونلة كلاسيك, افازية, كلوش, دويل كلوش, كروازية, بمرد, درابية, كسرات, بليسية, جوديهات, قصات,...)	نعم	لا
2	هل لديكي معلومات عن اشكال تصميقات الجونلات المرفقة مع الاستبيان	نعم	لا
3	هل لديكي معلومات عن انواع الأقمشة التي يمكن استخدامها في انتاج تصميقات الجونلة	نعم	لا
4	هل لديكي معلومات عن الخامات التي يمكن استخدامها في انتاج تصميقات الجونلة	نعم	لا
5	هل لديكي معلومات عن الأقمشة المستخدمة لإنتاج تصميقات الجونلة في فصل الصيف	نعم	لا
6	هل لديكي معلومات عن الأقمشة المستخدمة لإنتاج تصميقات الجونلة في فصل الشتاء	نعم	لا
7	هل لديكي معلومات عن الأقمشة المستخدمة لإنتاج تصميقات الجونلة في فترة الصباح	نعم	لا
8	هل لديكي معلومات عن الأقمشة المستخدمة لإنتاج تصميقات الجونلة في فترة المساء	نعم	لا
9	هل لديكي معلومات كافية عن محلات بيع الأقمشة	نعم	لا
10	هل تقومي بالمفاضلة بين اسعار الأقمشة في المحلات المختلفة	نعم	لا
11	هل تجدي صعوبة عند شراء قماش بدون تحديد التصميم المناسب له مسبقا	نعم	لا
12	هل اختيارك للقماش يكون مناسب لتصميم الجونلة وفق الفترات والأوقات المختلفة	نعم	لا
13	هل تفضلي شراء القماش اولاً ثم اختيار تصميم الجونلة بعد ذلك	نعم	لا
14	هل تفضلي اختيار تصميم الجونلة اولاً ثم شراء القماش بعد ذلك	نعم	لا
15	هل تحتاجي الى سؤال صاحب محل الأقمشة لمعرفة القماش المناسب لتصميم الجونلة	نعم	لا
16	هل تفضلي شراء الجونلات الجاهزة في المناسبات المختلفة	نعم	لا
17	هل تفضلي تفصيل الجونلة في اماكن التفصيل الخاص في المناسبات المختلفة	نعم	لا
18	هل توافقي على اعداد تطبيق للهواتف الذكية يمكن تحميله من الانترنت ويتيح لك معرفة المعلومات الهامة والمفيدة السابق سؤالك عنها بسهولة وبدون جهد وفي اقل وقت	نعم	لا

م	آراء أصحاب محلات بيع الأقمشة عن أهمية استخدام التطبيق المقترح للهواتف الذكية	قبل	اوافق الى لا
		نعم	حد ما
1	هل لديك كتالوجات او مجلات متخصصة تعرض من خلالها للمستهلك تصميمات مختلفة للجونله		
2	هل لديك معلومات عن مسميات تصميمات الجونله المرفقة مع الاستبيان(جونلة كلاسيك, افازية, كلوش, دوبل كلوش, كروازية, بمرد, درابية, كسرات, بليسية, جوديهات, قصات,...)		
3	هل لديك معلومات عن اشكال تصميمات الجونلات المرفقة مع الاستبيان		
4	هل تقوم بعمل دعابة لما لديك من الأقمشة باستخدام الوسائل الإلكترونية او غيرها		
5	هل تحافظ على تجديد المعروض من الأقمشة باستمرار لمواكبة الموضة		
6	هل تقوم بتغيير طريقة عرض الأقمشة كل فترة		
7	هل كل المعروضات لديك من اقمشة الانتاج المحلي		
8	هل كل المعروضات لديك من الأقمشة المستوردة		
9	هل كل المعروضات لديك تشمل الأقمشة المستوردة والاقمشة ذات الانتاج المحلي		
10	هل تُقبل السيدات على شراء الأقمشة المحلية اكثر من الاقمشة المستوردة		
11	هل تُقبل السيدات على شراء الاقمشة المستوردة اكثر من الأقمشة المحلية		
12	هل تُقبل السيدات على شراء الأقمشة المستوردة بنفس كمية اقبالها على الاقمشة المحلية		
13	هل السيدات تقارن اسعار الأقمشة بين المحلات قبل الشراء		
14	هل هناك سيدات توجه لك اسئلة لمعرفة نوع القماش المناسب لتصميم الجونلة		
15	هل هناك سيدات توجه لك لتساعدها في اختيار القماش المناسب لتصميم الجونلة		
16	هل سؤال السيدات عن كيفية اختيار انواع الأقمشة يسبب لك ازعاج وضيق		
17	هل توجد سيدات مازالت تُقبل على شراء الأقمشة المختلفة طوال العام		
18	هل توافق على اعداد تطبيق للهواتف الذكية يمكن تحميله من الانترنت ويتيح تسويق الاقمشة بسرعة ويحقق زيادة في المبيعات والارباح		

صافيناز سمير محمد عبد المقصود

ملحق (3) الاستبيان الخاص بالأساتذة المحكمين المتخصصين في مجال الملابس والنسيج

آراء المتخصصين عن مدى ملائمة التطبيق المقترح للاستخدام وفق اهداف وحدود

م	البحث	ملائم الى غير ملائم حد ما
أولا	المحور الأول: مدى كفاءة التطبيق من ناحية البرمجة	
1	سهولة تحميل التطبيق من على شبكة الانترنت	
2	سهولة الدخول والخروج من التطبيق باستخدام الأزرار	
3	سهولة التنقل بين شاشات التطبيق	
4	سهولة إيقاف أو تشغيل الموسيقى المصاحبة في التطبيق	
5	شاشات التطبيق متسلسلة مع بعضها بشكل ملائم	
6	عناوين ومعلومات التطبيق واضحة	
7	سهولة تشغيل الفيديو المدرج بالتطبيق	
8	سهولة التقاط صورة قماش جديد	
9	سهولة مشاركة صور القماش المختار	
10	التطبيق ملائم للاستخدام في عرض وتوضيح فكرة موضوع البحث	
ثانيا	المحور الثاني: مدى كفاءة التطبيق من الناحية النفعية وتوفير المعلومات	
1	امكانيات التطبيق ملائمة مع اهدافه المدرجة	
2	نشر معلومات مفيدة ومتنوعة وموثقة للمرأة وللدارسين وفق حدود الدراسة	
3	يفيد التطبيق المرأة من حيث عرض اسماء وصور الجونلات المختلفة	
4	رؤية صور الجونلات بعد تلبسها بالأقمشة المتاحة للفترات المختلفة	
5	معرفة طريقة تلبس الجونلة بالأقمشة المختلفة من خلال مشاهدة الفيديو	
6	توفير معلومات تساعد المرأة في معرفة اماكن بيع الأقمشة المناسبة لثقافتها	
7	استخدام التطبيق يقلل وقت وجهد المرأة الخاص بالبحث عن محلات الأقمشة	
8	امكانية إدراج المرأة لأقمشة جديدة للجونله بما يناسب الذوق الشخصي	
9	امكانية إدراج صاحب محل الاقمشة لصور جديدة للأقمشة او تحديث بياناته	
10	يساعد التطبيق أصحاب محلات الأقمشة في تسويق الأقمشة	
ثالثا	المحور الثالث: مدى كفاءة التطبيق من الناحية الفنية	
1	تصميم الشاشة الافتتاحية للتطبيق ملائم	
2	الموسيقى المصاحبة للتطبيق ملائمة	
3	تنسيق محتويات شاشة الدخول الرئيسية للتطبيق ملائم	
4	الوان تصميم خلفية موديلات الجونلات ملائم	
5	حجم صور الموديلات ملائم لحجم شاشة التطبيق	
6	حجم صور الأقمشة ملائم لشاشة التطبيق	
7	تنسيق الشاشة الموضح فيها بيانات القماش المختار ملائم	
8	المعلومات العلمية تم ترتيبها وتنسيقها بشكل ملائم لشاشة التطبيق	
9	حجم الخط المستخدم في الكتابة داخل التطبيق ملائم	
10	تنسيق الشاشة الخاصة بإدخال صاحب المحل لبياناته وبيانات القماش ملائم	

ملحق (4) الاستبيان الخاص بمحكمي التطبيق من الاساتذة المبرمجين

م	آراء المبرمجين عن مدي ملائمة التطبيق المقترح للاستخدام على الهواتف الذكية	ملائم	ملائم الى حد ما	غير ملائم
1	تصميم الشاشة الافتتاحية للتطبيق ملائم			
2	تنسيق محتويات شاشة الدخول الرئيسية للتطبيق ملائمة			
3	تنسيق شاشة المعلومات مناسب			
4	عناوين ومعلومات التطبيق واضحة			
5	وضوح الألوان وتناسقها ودرجة توزيعها داخل التطبيق			
6	سهولة توسيع المزايا الذي يقدمها التطبيق للتاجر والمستخدم			
7	سهولة تشغيل التطبيق واستخدامه			
8	فاعليه التطبيق في عرض الموديلات المختلفة للمستخدم			
9	فاعليه التطبيق في اضافته قماشه جديده او موديل جديد			
10	ثبات التطبيق طول الوقت الاستخدام			
11	حمايه بيانات الأقمشة والموديلات المختلفة من السرقة او الاقتباس			
12	يعمل التطبيق بصورة صحيحة بدون اخطاء في البرمجة			
13	فاعليه التطبيق في عرض وتوضيح فكره موضوع البحث			

ملحق (5) الاستبيان الخاص بعينة البحث من السيدات بعد إعداد التطبيق

م	آراء السيدات عن مدي ملاءمة واهمية التطبيق المقترح للاستخدام على الهواتف الذكية	ملائم حد ما	ملائم الى حد ما	غير ملائم
1	سهولة تحميل التطبيق من على شبكة الانترنت باستخدام الهاتف المحمول			
2	سهولة استخدام التطبيق			
3	تقديم معلومات عن انواع الأقمشة تساعدك في اختيار القماش المناسب للجونلة			
4	مساعدة المرأة في معرفة اسماء الجونلات المختلفة وفقا لصورة الموديل			
5	توفير معلومات تساعد في معرفة اماكن بيع الأقمشة			
6	استخدام التطبيق يقلل الوقت والجهد الخاص بالبحث عن محلات الأقمشة			
7	امكانية إدراج صور لأقمشة جديدة للجونله بما يناسب الذوق الشخصي			
8	امكانية إدراج صور لموديلات مختلفة للجونلات			
9	رؤية صور الجونلات بعد تلبسها بالأقمشة المتاحة وفق الفترات المختلفة			
10	سهولة تشغيل الفيديو المدرج بالتطبيق			
11	سهولة التقاط صورة قماش جديد			
12	سهولة مشاركة صور القماش المختار			
13	التطبيق بصورة عامة مفيد			

ملحق(6) الاستبيان الخاص بعينة البحث من اصحاب محلات بيع الاقمشة بعد اعداد التطبيق

م	آراء أصحاب محلات بيع الأقمشة عن مدى ملاءمة واهمية التطبيق المقترح للاستخدام على الهواتف الذكية	ملائم	ملائم الى حد ما	غير ملائم
1	امكانيات التطبيق ملاءمة مع اهدافه المدرجة			
2	تصميم الشاشة الافتتاحية ملائم			
3	تنسيق محتويات شاشة الدخول الرئيسية ملائم			
4	الموسيقى المصاحبة للتطبيق ملاءمة			
5	تنسيق الشاشة الخاصة بإدخال بيانات المحل وبيانات القماش ملائم			
6	امكانية إدراج صور جديدة للأقمشة او تحديث بيانات المحل			
7	التطبيق يسهل على المرأة الوصول للمحل من خلال البيانات المدرجة بالتطبيق			
8	استخدام التطبيق يقلل وقت وجهد المرأة الخاص بالبحث عن محلات الأقمشة			
9	التطبيق يساعد في تسويق الأقمشة المتاحة بالمحل			
10	تنسيق الشاشة الموضح فيها بيانات القماش المختار وبيانات المحل ملائم			
11	حجم صور الأقمشة ملائم لشاشة التطبيق			
12	حجم الخط المستخدم في الكتابة ملائم			
13	التطبيق بصورة عامة مفيد			

صافيناز سمير محمد عبد المقصود

ملحق(7): أسماء الأساتذة أعضاء هيئة التدريس المتخصصين (محكمي البحث)

م	الاسم	الدرجة العلمية والكلية
1	د. عادل جمال الدين الهنداوي	استاذ الملابس والنسيج - كلية التربية النوعية - جامعة طنطا
2	د. اشرف محمود هاشم	استاذ الملابس والنسيج ووكيل كلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية
3	د. رشدي على احمد عيد	استاذ الملابس والنسيج - كلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية
4	د. صفيه صاروخ قطب	استاذ الملابس والنسيج - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان
5	د. محمد البدري عبد الكريم	استاذ الملابس والنسيج - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان
6	د.م.د/ رانيا محمد أحمد حمودة	استاذ مساعد الملابس والنسيج - كلية التربية النوعية - جامعة طنطا
7	د.م.د/ عواطف بهيج محمد ابراهيم	استاذ مساعد الملابس والنسيج - كلية التربية النوعية - جامعة الزقازيق
8	د.م.د/ رحاب جمعة ابراهيم	استاذ مساعد الملابس والنسيج - كلية التربية النوعية - جامعة الزقازيق
9	د.م.د/ رحاب محمد على اسماعيل	استاذ مساعد الملابس والنسيج - كلية التربية النوعية - جامعة الزقازيق
10	د/ نرمين حمدي حامد سعد	مدرس الملابس والنسيج - كلية التربية النوعية - جامعة اسوان
11	د/ مي سعيد عبد الخالق	مدرس الملابس والنسيج - كلية التربية النوعية - جامعة الزقازيق

ملحق(8) اسماء محكمي التطبيق من المبرمجين:

م. احمد بهاء الدين محمد عبد المقصود, م. مصطفى امين محمد مرزوق, م. محمد احمد شطا سمير, م. معتز احمد عبد السلام كريم, م. مروان محمد احمد عبد الفتاح, م. شريف خالد عبد الله احمد, م. محمد عبد الجواد احمد محمود, م. محمد عبد الناصر سعد سمير, م. يوسف على مصطفى عبد السلام.

ملحق(9): أسماء محلات بيع الأقمشة

محلات من محافظة الشرقية: ابناء الجاويش, عاطف البسيوني, أولاد أبو خليل, غريب مجاهد, الشلقامي, القرنفلي, العربي, الشرقاوي, اولاد عبد الرحيم, بيومي.
محلات من محافظة القاهرة: الفيروز, المصري للأقمشة, وردة للأقمشة, ابو الغيط للأقمشة, الانصاري للأقمشة, اقمشة وجدي, ميرا كلاس للأقمشة, فرج, الشيخ للأقمشة, سواريه للأقمشة.