

منهجية مقترحة للتصميم وفقا لمفهوم الموضة السريعة

مى سمير كامل على

أستاذ مساعد بقسم الملابس الجاهزة - المعهد العالى للفنون التطبيقية - التجمع الخامس - مصر.

Submit Date:2021-02-22 08:12:45 | Revise Date:2021-05-06 22:26:47 | Accept Date: 2021-05-10 03:18:36

DOI: 10.21608/jdsaa.2021.64533.1098

ملخص البحث:-

تطورت صناعة الموضة بشكل كبير فى الأونة الأخيره فالتغير الديناميكى فى صناعة الموضة أدى الى ظهور الموضة السريعة "fast fashion"، ونشأت هذه التغيرات نتيجة التغير فى أسلوب حياة المستهلكين "life style" والإحتياج لإرضائهم ورغبتهم فى معرفة كل ماهو جديد والحصول علىه فى الوقت الحالى real-time وتتمثل مشكلة البحث فى ندرة وجود منهجيه تصميميه واضحه ومحدده لتصميم مجموعات الملابس "Collections" لدى مصممي الملابس فى مصر وفقا للموضة السريعة fast fashion مما يضيف للمجال إستثمار نجاح التصميم وزيادة المبيعات من خلال إقتراح تصميمات مختلفة مستلهمه من التصميم الناجح مبيعا، وهدف البحث يتمثل فى تصميم مجموعه من الملابس "Collection" وفقا للموضة السريعة "fast fashion" بإستخدام منهجيه مقترحة لإستثمار نجاح التصميمات السابقة والحالية فى المستقبل، وفرض البحث يتمثل فى إستثمار نجاح التصميمات السابقة طبقا لمتطلبات ورغبات المستهلكين من خلال إستخدام منهجيه محددة فى تصميم مجموعات الملابس "Collections" وفقا للموضة السريعة "fast fashion"، وترجع اهمية البحث فى أهمية إقتراح منهجيات لإستثمار نجاح التصميمات وزيادة المبيعات فى المجال المتخصص مما له أثره فى زيادة الأرباح والإستمرار فى ظل المنافسة الشرسه لسوق العمل المحلى والعالمى، ومنهجية البحث هى المنهج الإستقرائى والتطبيقي من خلال تصميم مجموعه ملابس "Collection" وفقا للموضة السريعة "fast fashion". ويتناول البحث تصميم الموضة و الموضة السريعة و مجموعه الملابس "Collection" والخطوط فى الموضة وتصميم مجموعه ملابس "Collection"، أما الدراسة التطبيقية فهى تتمثل فى منهجية مقترحة من قبل الباحثة لتصميم مجموعه ملابس "Collection" طبقا للموضة السريعة "Fast Fashion" وتعتمد منهجية الباحثة على تصميم مجموعه ملابس "Collection" طبقا للموضة السريعة "fast fashion" على ثلاث مراحل المرحلة الأولى هى تصميم مجموعه من القطع لمجموعة متناسقة "Outfits" كاملة و المرحلة الثانية هى التصميم وفقا لطرق العرض و المرحلة الثالثة من المنهجية المقترحة من قبل الباحثة وتتمثل فى التصميم وفقا لدراسة وتحليل التصميمات ذو المبيعات العالية فى المواسم السابقة، ومن أهم نتائج البحث ربط الفكر التصميمى فى الإعداد لمجموعة ملابس "Col-lection" مع متطلبات المستهلك من خلال تحليل التصميمات الناجحه لزيادة معدلات المبيعات فى مجموعه ملابس الجديدة "Collection".

الكلمات المفتاحية:-

مجموعة الملابس- الموضة السريعة -الخط
- قطع متناسقة

المقدمة :

المواسم المتواجده لثلاث وخمس وست مواسم ويطلق عليها أنصاف
المواسم «Mid- seasons» « , ونشأت هذه التغيرات نتيجة التغير في
إسلوب حياة المستهلكين « life style» والإحتياج لإرضائهم ورغبتهم
في معرفة كل ما هو جديد والحصول عليه في الوقت الحالي (٥).
وتعرف مجموعة الملابس « Collection» بأنها مجموعة
من القطع الجاهزة «garments» أو مجموعة من الملابس
المتناسقة «outfits» الكاملة تعمل معا بشكل جيد في الألوان
والنمط «Style» « , والأشكال الظلية» «Silhouettes» ويتم
تنسيقها لإبتكار مظهر خاص بموسم محدد (٣) , ويتم تطويرها
طبقا لكلا من متطلبات المستهلكين وتحليل المبيعات في المواسم
السابقة مع الأخذ في الإعتبار الإتجاهات الحديثة في الموضة (٦).
ومجموعة الملابس والخط «line and collection» هي مصطلحات
في صناعة الموضة حيث يشير خط الموضة «fashion line» الى
منتجات حصرية لفئة محددة في شركات الموضة . ولكن المجموعة
«Collection» يشير الى إنتاج موسمي لأنماط Styles مختلفة
ضمن الخط «Line» لنفس الشركة وبالتالي مجموعات الملابس
«Collections» داخل الخط «Line» « بينما الخط «Line» « يتكون
من مجموعات من الملابس «Collections» متعددة . وقد تحتوي
الشركة على العديد من الخطوط «Lines» « التي تتحدد من خلال النوع
«gender» وأسلوب الحياة «lifestyle» , والسعر حيث قد يصل الخط
«Line» الواحد الى ثمان مجموعات «Collections» , وشركات
الملابس الجاهزة الكبيرة غالبا تمتلك من اربع الى خمس خطوط
«Lines» وكل خط «line» له عدد من المجموعات الجديدة الخاصة به
«New Collections» « الذي يتم إنتاجه لكل موسم . (٨) وبالتالي الخط
«Line» هو موضوع يربط بين مجموعة الملابس «Collection»
فعلى سبيل المثال إذا كانت الماركة تقدم ملابس للسيدات والرجال
والأطفال وبالتالي فإن الخط «Line» الأول خاص بالسيدات و الخط
«Line» الثاني خاص بالرجال و الخط «Line» الثالث خاص بالأطفال
بينما داخل الخط «Line» السيدات يوجد العديد من «Collections» .

تصميم مجموعة الملابس «Collection» في الموضة :

يختلف تصميم المنتج بشكل منفرد عن التصميم في منظومة مجموعات
الملابس «Collections» عامة وكذلك يختلف تصميم مجموعة الملابس
«Collection» من نوع الى نوع آخر من انواع تصميم الملابس
حيث الأزياء الراقية , والإنتاج الكمي , والقطعة الواحدة والملابس
الجاهز . وبناء على ذلك إن تصميم مجموعة الملابس «Collection»
في الموضة السريعة «fast fashion» هو نوع من الموضة
تندرج تحت مسمى الملابس الجاهزة للإرتداء « ready to wear» .
ولكن هناك مجموعة من الخطوات الأساسية في البدء في
التصميم لأي نوع من تصميمات الموضة وهي كما يلي :

- ماهو الموسم الذي سيتم التصميم له صيف , شتاء , ربيع , خريف ؟
- دراسة وتحديد الفئة المستهدفة من المستهلكين «consumers»
ودراسة متطلباتهم وإحتياجاتهم : يتم تصميم مجموعة الملابس
«Collection» لفئة محددة من المستهلكين مع مراعاة
الجانب السيكولوجي لهذه الفئة ومتطلباتهم وإحتياجاتهم المختلفة
والمتمثلة ونمط الحياة «life style» « الخاص بهم وكذلك
دوافع الشراء لديهم والوضع الحالي للسوق , ومن أهم النقاط
التي يجب التركيز عليها بشكل أساسي في مرحلة البحث
للتعرف على الفئة المستهدفة هي دراسة وتحليل التغذية المرتدة
«feedback» « من المبيعات ووسائل التواصل الإجتماعي
«Social Media» عن جميع التصميمات في مجموعات

الموضة هي التصميم السائد المنتشر الإستعمال في فترة زمنية محددة
, وتطورت صناعة الموضة بشكل كبير في الأونة الأخيرة فالتغير
الديناميكي في صناعة الموضة (١) أدى الى ظهور «fast fashion»
, ونشأت نتيجة التغير في أسلوب حياة المستهلكين « life style»
والإحتياج لإرضائهم ورغبتهم في معرفة كل ما هو جديد والحصول
عليه في الوقت الحالي «real-time» (٥) مما أدى الى زيادة عدد
مايطرح في الأسواق من منتجات ومجموعات للملابس (٦). وتتمثل
مشكلة البحث في ندرة وجود منهجية تصميميه واضحه ومحدده لتصميم
مجموعات الملابس «Collections» لدى مصممي الملابس في
مصر وفقا للموضة السريعة «fast fashion» مما يضيف للمجال
إستثمار نجاح التصميم وزيادة المبيعات من خلال إقتراح تصميمات
مختلفة مستلهمه من التصميم الناجح مبيعا , وهدف البحث يتمثل في
تصميم مجموعه من الملابس «Collection» وفقا للموضة السريعة
fast fashion بإستخدام منهجية مقترحة لإستثمار نجاح التصميمات
السابقة والحالية في المستقبل, وفرض البحث يتمثل في إستثمار نجاح
التصميمات السابقة طبقا لمتطلبات ورغبات المستهلكين من خلال
إستخدام منهجية محددة في تصميم مجموعات الملابس «Collections»
وفقا للموضة السريعة «fast fashion» , وترجع أهمية البحث في
أهمية إقتراح منهجيات لإستثمار نجاح التصميمات وزيادة المبيعات
في المجال المتخصص مما له أثره في زيادة الأرباح والإستمرار
في ظل المنافسة الشرسة لسوق العمل المحلي والعالمي ومنهجية
البحث هي المنهج الإستقرائي والتطبيقي من خلال تصميم مجموعة
ملابس «Collection» وفقا للموضة السريعة «fast fashion» .

تصميم الموضة و الموضة السريعة: Fashion design & Fast fashion

تصميم الموضة هو تطبيق للفن بشكل متخصص في الملابس
والإكسسوارات وأسلوب الحياة «Life style» لأنه إبتكار ناتج
من التأثيرات البيئية والإقتصادية والسياسية والتكنولوجية والثقافية
والإجتماعية عبر فترات زمنية محددة , وهناك ثورة في مفاهيم
التصميم في مجال الموضة نظرا للإحتياج المستمر للتجديد لتلبية
إحتياجات المستهلكين. (٢) وتطورت صناعة الموضة بشكل كبير في
الأونة الأخيرة فالتغير الديناميكي في صناعة الموضة أدى الى تضائل
الإنتاج الكمي وزيادة عدد مجموعات الملابس «Collections» في
الموسم الواحد مما يتطلب المرونة في التصميم والرغبة في التكلفة
الأقل والجودة والسريعة في التواجد في السوق التجاري وأصبحت
دائرة حياة المنتج قصيرة وهوامش الأرباح عالية , ويرجع ظهور
الموضة السريعة «fast fashion» « الى التغير في أسلوب الحياة
«lifestyle» , وتنوع مطالب المستهلكين مما يؤثر على عمليات
التنبؤ والتخطيط للمنتج وتميزا ماركات الموضة السريعة «fast
fashion» بسرعة الإستجابة مثل H&M , ZARA حيث يتم
تقديم الموضة الجديده في أقل من ثلاث الى خمس أسابيع , ومن
أشهر المقولات عن الموضة السريعة هي «في الوقت المطلوب
just in time» « الإستجابة السريعة «quick response» (٥).
مجموعة الملابس «Collection» والخطوط في الموضة «Lines»

» :

كانت المواسم الأساسية هي ربيع / صيف , خريف / شتاء «spring
summer , autumn / winter» ثم في بداية ١٩٩٠ s أصبح
باعى التجزئة يركزون على التوسع والتجديد في المنتجات والإستجابة
السريعة لكل ما هو جديد في إتجاهات الموضة . ونتيجة لذلك زادت عدد

«Collection» وفقا للموضة السريعة «Fast Fashion»: الموضة السريعة «Fast Fashion» «كان لها أكبر الأثر في تغيير طريقة تفكير المصمم، حيث السرعة في التصميم بما يتفق مع اتجاهات الموضة وإحتياجات المستهلكين ومتطلباتهم وهوية الماركة مع سرعة المتغيرات المحيطة في جميع عوامل الحياة المحيطة ومع التغيرات السياسية والصحية والبيئية والتكنولوجية أصبحت المنافسه على أشدها في جميع القطاعات الخاصة بالموضة وغيرها من القطاعات المختلفة مما يتطلب وضع منهجية محددة لتصميم مجموعة الملابس «Collection» وفقا للموضة السريعة «Fast Fashion» «في ظل كل هذه العوامل والمتغيرات. وبناء على ما سبق تقترح الباحثة منهجية محددة لتصميم مجموعة الملابس «Collection» وفقا للموضة السريعة وهي كما يلي:



شكل 1: مخطط المنهجية المقترحة لتصميم مجموعة ملابس «Collection» وفقا للموضة السريعة «Fast Fashion»

أولاً: سيتم اتباع الخطوات الأساسية السابقة ذكرها للبدء في عملية التصميم والإعداد لمجموعة الملابس «Collection» بما يتناسب مع الموضة السريعة «Fast Fashion»:

- تحديد الموسم: ربيع/صيف ٢٠٢١ Spring/Summer ٢٠٢١ «».
- تحديد الفئة المستهدفة: وهي من سن ٢٥ سنة إلى ٤٥ سنة من السيدات والشباب ذوي الدخل المتوسط والأعلى من المتوسط.
- تحديد اتجاهات الموضة التي سيتم استخدامها في التصميمات: من أهم اتجاهات الموضة لربيع / صيف ٢٠٢١: «الطبيعة» «الإستوائى والنباتى والمياة» «الباسنل والثقافة والهندسة والتكوينات الهيكلية والبيولوجى ووميض المعادن والنيون البراق
- والرجعية «vintage». أما عن الخامات فهي القطن و الكتان والجنيز والدانتيل والشيفون والأورنجزا والسنان والنابلون والرايون والحريير والشبك، وتتعدد المجموعات اللونية والتقنيات وشكل ٢ 'يمثل اتجاهات الموضة المختارة من قبل الدارسة

الملابس collections» «السابقة حيث يتم التعرف من خلالها على ما يتناه المستهلك أن يتم تكراره من عناصر التصميم بجانب المقاسات والقصات والشكل والتفاصيل والألوان (٤) ما هو معدل السعر للتصميم المطلوب بما يتناسب مع الفئة المستهدفة؟ ما هو نوع القطعة الجاهزة التي يتم تصميمها فستان، جاكيت، قميص... الخ؟

ما هو النمط المطلوب Style التي يصمم له؟
دراسة اتجاهات الموضة «Fashion trends» للموسم وتحديد الإتجاهات التي سيتم إستخدامها في مجموعات الملابس «collections»: أصبح التنبؤ بإتجاهات الموضة وتحديد الرغبات للمستهلكين من أهم عوامل النجاح في صناعة الموضة (٥)، وإتجاهات الموضة هي بمثابة خطوط إسترشادية لكل ما هو سيكون مرغوب في الإستخدام للمواسم الأتية وهي تقوم بمسؤولية توحيد صناعة الموضة حول العالم، وتكشف إتجاهات الموضة الخصائص المشتركة للسلوك بين الناس إبتداء من ٣٦ شهر قبل بيع المنتج في المحال التجارية ويتم نشر هذه الخطوط الإسترشادية على سلسلة الإنتاج والمصممين قبلها بحوالى من سنة إلى ثمان اشهر مقدما. ولكل فترة زمنية موضه محددة ويتم تحديد إتجاهات الموضة لكل موسم على حده وتشمل عناصر إتجاهات الموضة الأتية: «الألوان، الأقمشة، الطباعة، الشكل الظلى وتفاصيل النمط، والزخارف (٦).

تحديد مصدر الإلهام mood board «»: يتم تحديد موضوع مصدر الإلهام وعمل لوحة الإلهام وهي نقطة البداية في أى عملية إبتكارية أو إبداعية محددة وتعد بمثابة أداة مرئية لتوصيل أفكارنا ومفاهيمنا بشكل مرئى من خلال تجميع الصور والخامات والقطع والنصوص.. الخ (٩)، وقد يتم إعدادها بالكولاج أو تكوينات من الصور، ولوحة الإلهام تحدد الموضوعات themes»، «والألوان، والخطوط والخامات (٧) تحديد لوحة الألوان «Color board»: من أهم عناصر التصميم والتخطيط لمجموعة الملابس «Collection» هو تحديد المجموعات اللونية للتصميمات المتنوعة الخاصة بكل مجموعة ملابس «Collection» على حده، ويتم إختيار المجموعات اللونية من مصدر الإلهام «Mood board» «بما يتفق مع إتجاهات الموضة للموسم الذى يصمم له. تحديد لوحة الخامات «Fabric board»: ويتزامن مع تحديد الألوان تحديد الخامات الخاصة بمجموعة الملابس «Collection» حيث يتم تحديد الخامات لكل تصميم بما يتناسب مع مصدر الإلهام وإتجاهات الموضة مع مراعاة كيفية إستخدامه مع كل مجموعة متناسقة «outfit» فى المجموعة الواحدة «Collection». ماهى الخلفية التكنولوجية والإمكانات المتاحة لدى الشركة والمصنع؟ (٣).

رسم الإسكتشات الأولية Sketches»: الإسكتشات هي وسيلة لتوضيح الأفكار للمصمم سواء يدويا أو رقميا (١٠).
رسم «SPEC» وهو التوصيف الرسمى الذى يستخدم كمستند رسمى للتصميم فى مصانع الملابس الجاهزة.
إخراج التصميمات فى ملف الموضة Fashion portfolio.

الدراسة التطبيقية:

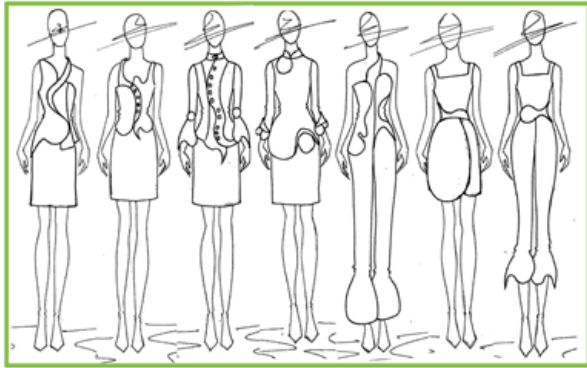
منهجية مقترحة من قبل الباحثة لتصميم مجموعة الملابس «»

ثانيا : التخطيط لمجموعة الملابس «Collection» وفقا للموضة

السريعة «Fast Fashion» « طبقا للمنهجية المقترحة من قبل الدراسة : لإعداد مجموعة ملابس «Collection» يتم عمل تخطيط متكامل للمجموعة «Collection» وخاصة في حالة الموضة السريعة fast fashion حيث يتم تقسيم المجموعة «Collection» كنسب وفقا لما يتم تقديره من إمكانيات الشركة وللماركة ماديا و ماليا وطبقا لقدرات المصنع الى النسب الآتية : من ٩٠٪ الى ١٠٪ , ومن ٨٠٪ الى ٢٠٪ , ومن ٧٠٪ الى ٣٠٪ حيث تمثل النسبة الأكبر الأشكال الظلية «Silhouettes» الناجحة من المجموعات «Collection» « السابقة وبالتالي النسبة الأكبر يكون بها جزء بسيط من الإبتكار مع الإحتفاظ بالشكل الظلي «silhouettes» ثم بيعها من قبل ذات الماركة والحصول على مبيعات عالية وذلك لأنها تتلائم مع المستهلك «fit» حيث الراحة العالية في الإرتداء مع مناسبة هذه التصميمات مع الفئة المستهدفة من المستهلكين , أما النسبة الأقل في مجموعة الملابس «Collection» تمثل نسبة الإبتكار بشكل متكامل ويتم نزلها للسوق التجارى تدريجيا وبكميات قليلة وبألوان محددة حتى يتم قياس مستوى البيع ومناسبتها للمستهلك ومن ثم يتم إنتاجها بشكل أكبر أو توقفها طبقا للمبيعات . وتعمد منهجية الدراسة في تصميم مجموعة ملابس «Collection» طبقا للموضة السريعة على ثلاث مراحل كما يلي :

المرحلة الأولى : تصميم مجموعة من القطع لمجموعة متناسقة «Outfits» كاملة :

تتمثل المرحلة من المنهجية المقترحة في تصميم عدد من القطع items المختلفة التي يتم إرتداؤها مع بعضها البعض كمجموعة متناسقة «Outfits» حيث تشمل عناصر أساسية مثل الجونلة الأساسية و Top الأساسية العلوى, أما العناصر المبتكرة من قبل الباحثة وهي « جاكيت , صدري Vest» , بنطلون , جونلة , بلوزة بأكمام , بلوزة بدون أكمام , سالوبيت «وهم يتمثلوا في سبع تصميمات كما هو موضح في شكل «٤» .»



شكل 4 : العناصر الأساسية والتصميمات المبتكرة والمقترحة للباحثة لمجموعة الملابس «Collection»

التصميم الأول « الجاكيت» في مجموعة الملابس «Collection» كما هو موضح في شكل «٥» وتعتمد فكرته على إستخدام البية كتقنية لإبراز الخطوط التصميمية للشكل الظلي ومن خامة القطن ويتم إرتداؤه على جونلة أساسية ليظهر بالمظهر الرسمي Formal look « , وشكل «٦» يمثل التصميم الثانى « الصدري Vest» وتعتمد فكرته على البية ومن خامة القطن لإبراز الشكل الظلي وتم إرتداؤه على تصميم البنطلون حيث تتناسب الخطوط للأشكال الظلية لعمل مظهر كاجوال Casual Look , شكل «٧» يمثل التصميم الثالث السالوبيت «Jumpsuit» ويعتمد على تقنية البية في إظهار

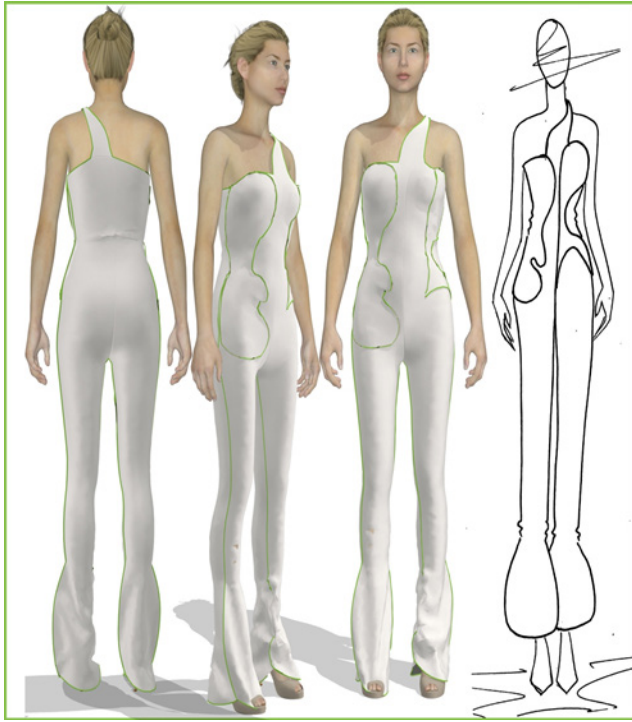
وهي عن الطبيعة حيث استلهم هذا الإتجاه من الحدائق للتأكيد على الطبيعة من ألوان النباتات والإضاءات الطبيعية , وكذلك يتم تحديد وإختيار إتجاهات الموضة بما يتناسب مع هوية الماركة وماتقدمة للمستهلك من نمط «Style» . وإستخدمت الباحثة إتجاه الطبيعة المتمثل في النباتات والماء من إتجاهات الموضة لتناسبه مع مصدر الإلهام الخاص بالدراسة وكذلك تم إستخدام خامات القطن المتعددة في التصميمات من إتجاهات الموضة . تحديد مصدر الإلهام : شكل «٣» يمثل مصدر الإلهام للباحثة حيث تم إختيار موضوع تساقط قطرة المياة «Drop Water» على النبات كمصدر للإلهام من الطبيعة . تحديد الخامات والألوان : تم تحديد لونين فقط وخامة واحدة وهي القطن لأنها خامة طبيعية وهذا التحديد يرجع الى تحديد الفكر التصميمي في الخطوط والشكل الظلي حيث لمجموعة الملابس «Collection» المقترحة تعتمد في فكرتها على توحيد مجموعة من العناصر وهي الألوان والخامات والتقنيات والتغيير في الخطوط والأشكال الظلية وذلك وفقا لفكر الباحثة ولكن تختلف من مصمم لآخر حيث تتغير المحددات وفقا لفكر المصمم ولكن الهدف هو إبتكار تصميمات وفقا للموضة السريعة.



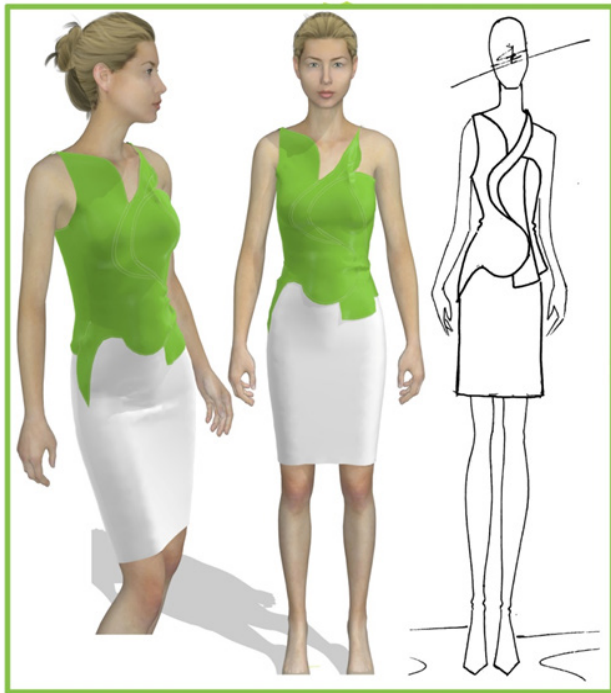
شكل 2: إتجاهات الموضة وألوان ربيع / صيف 2021 (11)



شكل 2: إتجاهات الموضة وألوان ربيع / صيف 2021 (11)



شكل 7: تصميم السالوبيت



شكل 8: تصميم البلوزة "أ"

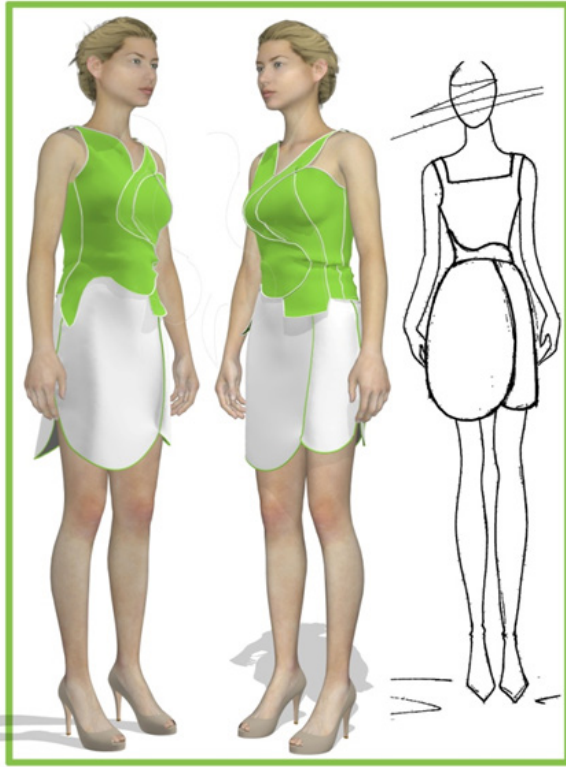
التفاصيل والقصات والشكل الظلي , وشكل «أ», «ب», «ج» يمثل التصميم الرابع «البلوزة بدون أكمام Blouse» ولكن «أ» هو تصميم البلوزة بقصات وحياكاتها بشكل تقليدي بينما «ب» هو نفس التصميم ولكن بإضافة تقنية البية لإبراز التفاصيل والشكل الظلي والتضاد في الألوان Contrast لإبراز القصات المختلفة المحددة للفكرة التصميمية , وشكل «د» يمثل التصميم الخامس «بلوزة بأكمام» بحياكات تقليدية وهو من خامة القطن , وشكل «هـ» يمثل التصميم السادس « الجونلة Skirt» باستخدام تقنية البية لتحديد الشكل الظلي ولإظهار الفكر التصميمي .



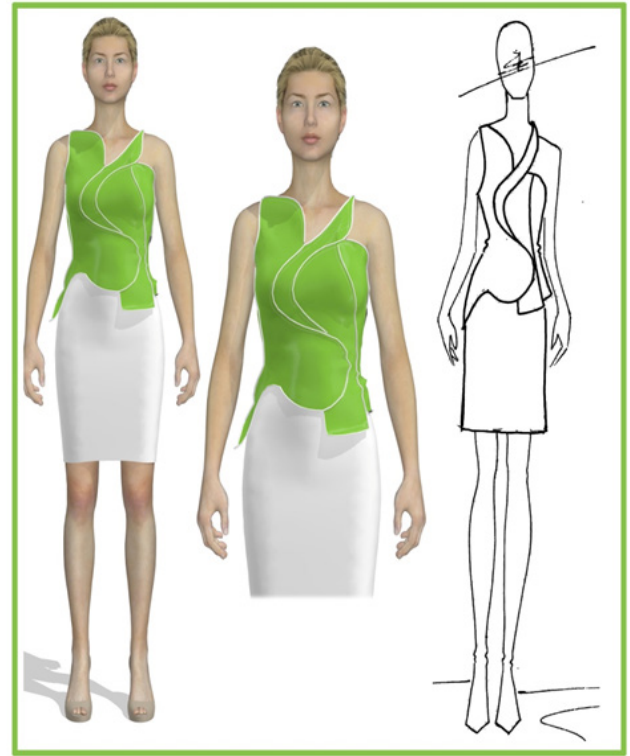
شكل 5: تصميم الجاكيت



شكل 6: تصميم الصديري " Vest "



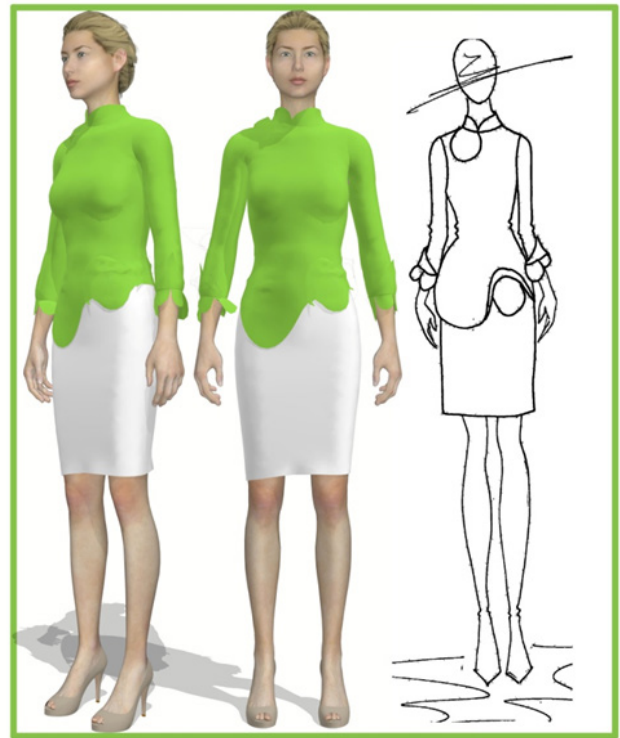
شكل 11: يمثل التصميم السادس " الجونلة "Skirt"



شكل 9: تصميم البلوزة "ب"

المرحلة الثانية : التصميم وفقاً لطرق العرض

ترتبط المرحلة الثانية من المنهجية المقترحة من قبل الباحثة على المرحلة الأولى من المنهجية حيث يتم الفكر التصميمي للمصمم بدمج التصميمات في مجموعة من القطع المتناسقة مع بعضها البعض «Outfits» حيث العناصر «Items» المقترحة والتي تم تصميمها في المرحلة الأولى وهم « بلوزه باكمام وبلوزة بدون أكمام وبنطلون وجونلة وسالوبيت وجاكيت وصديري Vest » ويتم إرتداء كلا منهم مع الآخر لزيادة احتمالية بيع القطعة الواحدة للعديد من المرات فعلى سبيل المثال يتم تصميم جاكيت وإرتداؤه على البلوزة باكمام والبنطلون وكذلك يتم إرتداء الجاكيت على السالوبيت وأيضاً يتم إرتداء الجاكيت مع البلوزة بدون أكمام وبالتالي تزداد احتمالية بيع الجاكيت الى ثلاث مرات نتيجة عرضة بثلاث احتمالات للإرتداء على الميكانيكانات في طرق العرض بالمحال التجارية أو عبر شبكة المعلومات وبناء على ذلك , ربط عملية التصميم بطرق العرض وطرق الإرتداء تزداد نسب المبيعات لكل تصميم على حده , وبالتالي المرحلة الثانية لتصميم مجموعة الملابس «Collection» المقترحة هو التصميم وفقاً لطرق العرض حيث تؤثر على نسبة المبيعات للتصميمات وذلك من خلال عرض من تصميمين الى ثلاثة تصميمات في كل مجموعة متناسقة «Outfit» على حدة مع تكرار إستخدام نفس التصميم في العديد من القطع المتناسقة «Outfits» و عرض كل مجموعة متناسقة Outfit في نوافذ العرض «Windows display» لمدة أسبوعين وهكذا وسيتم تناول كل تصميم وطرق إرتداؤه و عرضة في نوافذ العرض بالمحال التجارية بأشكال مجموعات متناسقة «Outfits» كاملة للتناسب مع المستهلك ولزيادة المبيعات الناتجة من كل تصميم على حدة حيث أن التصميم الواحد في كل «Outfit» سيختلف في الشكل وسيناسب إحدى الفئات المستهدفة من قبل الماركة , وتتعدد طرق عرض الأفكار التصميمية من خلال طرق عرض التصميمات سواء في نوافذ العرض «Windows display» وعبر شبكة المعلومات



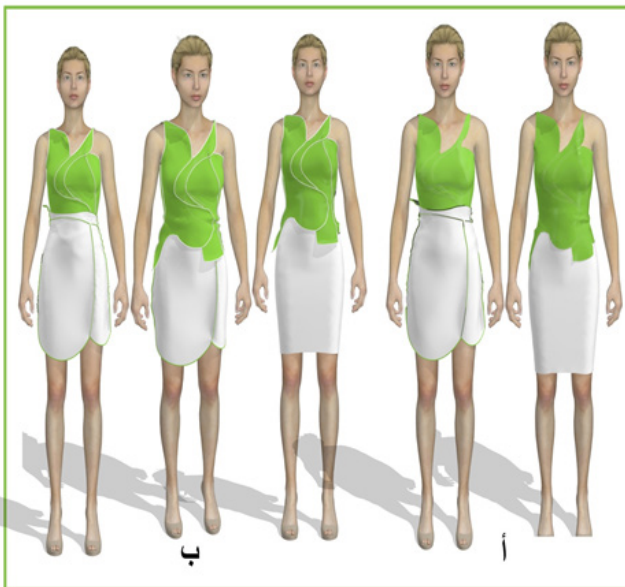
شكل 10: تصميم البلوزة باكمام



شكل 13: التصميم الثاني الصديري Vest وطرق إستخدامة في مجموعة الملابس "Collection" وتوظيفة في طرق العرض



شكل 14: التصميم الثالث السالوبيت Jumpsuit وطرق إستخدامة في مجموعة الملابس "Collection" وتوظيفة في طرق العرض



شكل 15: التصميم الرابع البلوزة وطرق إستخدامة في مجموعة الملابس "Collection" وتوظيفة في طرق العرض

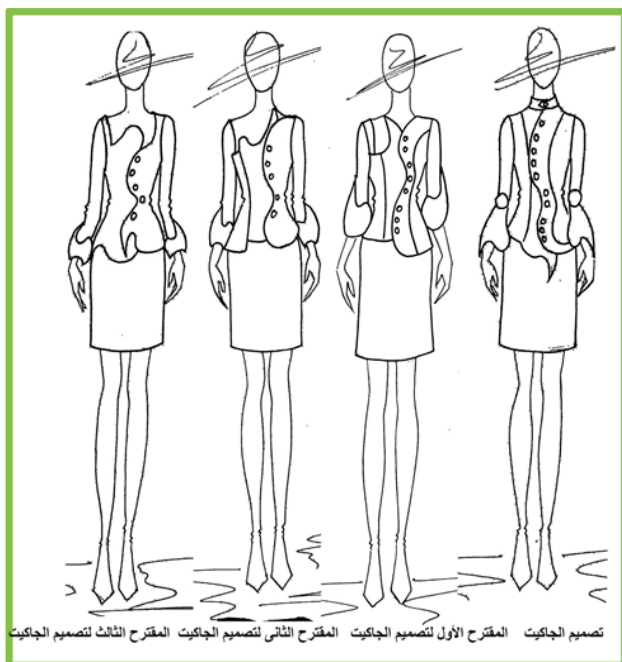
شكل «١٢» , وشكل «١٣» , وشكل «١٤» , شكل «١٥» , شكل «١٦» يمثلوا تصميمات الجاكيت والصديري «Vest» والسالوبيت والبلوزة بأكمام والبلوزة بدون أكمام وطرق إستخدامهم في مجموعة الملابس «Collection» المقترح من قبل الباحثة وتوظيفهم في طرق العرض سواء في المحال التجارية أو عبر شبكة المعلومات . وكما تم ذكره يتم عرض كل مجموعة من السابق ذكرهم كمجموعة متناسقة «Outfits» كاملة لمدة أسبوعين حتى تزيد من احتمالية بيع التصميم الواحد في مجموعة الملابس «Collection» من خلال عرضة بالعديد من الأشكال والطرق والأنماط «Styles» لزيادة نسبة المبيعات ولتوصيل رسالة للمستهلك أن التصميمات ستكون غير متوفرة في المحل التجاري بعد أسبوعين وذلك يمثل نوع من أنواع الضغط النفسي على المستهلك حتى يسرع من قرار الشراء.

جدول «1» إستخدام التصميمات في مجموعة الملابس "Collection" طبقا لطرق العرض

التصميم	طرق عرض التصميمات
لتصميم الأول: "جاكيت" Jacket	جاكيت + بلوزة بكمام + لجرينة الألسنية جاكيت + لسالوبيت جاكيت + لبلوزة + لجرينة *تصميم لسلس*
لتصميم الثاني: "Vest"	بلوزة بكمام + Vest + لينظلين لنصوص + لسديري Vest + لتصميم لسلس * لجرينة * بلوزة بكمام + لسديري Vest + لجرينة الألسنية لجرينة الألسنية + Top لسلي + لسديري Vest لينظلين + لسديري Vest + Top الألسني . لسالوبيت + لسديري Vest
لتصميم الثالث: لسالوبيت Jumpsuit	لسالوبيت Jumpsuit . قط لسالوبيت Jumpsuit + لسديري Vest لسالوبيت Jumpsuit + لجاكيت لسالوبيت Jumpsuit + بلوزة بكمام
لتصميم الرابع: البلوزة الأولى Blouse	بلوزة * ٩ + لجرينة الألسنية بلوزة * ٩ + لتصميم لسلس المتمثل في لجرينة بلوزة * ٩ + لجرينة الألسنية بلوزة * ٩ + لتصميم لسلس المتمثل في لجرينة
لتصميم الخامس: بلوزة بكمام	بلوزة بكمام + لجرينة الألسنية بلوزة بكمام + لتصميم لسلس المتمثل في لجرينة بلوزة بكمام + لينظلين بلوزة بكمام + لسالوبيت بلوزة بكمام + لسديري Vest + لجرينة الألسنية
لتصميم السادس: لجرينة	يتم إرتداها على بلوزة بدون أكمام و بلوزة بكمام والجاكيت والوسيت
لتصميم السابع: لينظلين	يتم إرتداها على بلوزة بكمام والوسيت
لجرينة الألسنية	يتم إرتداها على الجاكيت والبلوزة والوسيت
Top الألسني	يتم إرتداها مع الجاكيت والسديري Vest



شكل 16: التصميم الأول الجاكيت وطرق إستخدامة في مجموعة الملابس "Collection" وتوظيفة في طرق العرض



تصميم الجاكيت المقترح الأول لتصميم الجاكيت المقترح الثاني لتصميم الجاكيت المقترح الثالث لتصميم الجاكيت

شكل 17: ثلاث تصميمات مقترحة من تصميم الجاكيت الأساسي



شكل 18: التصميم الثاني من الجاكيت وطرق عرضة في مجموعة الملابس "Col-lection"



شكل 16: التصميم الخامس بلوزة بأكام وطرق إستخدامة في مجموعة الملابس "Collection" وتوظيفة في طرق العرض

ومن خلال نتائج المبيعات يتم تحديد التصميمات الأكثر مبيعا ونجاحا في السوق التجارى لهذا الموسم , ومن ثم يتم إتباع المرحلة الثالثة من المنهجية المقترحة. المرحلة الثالثة من المنهجية المقترحة من قبل الدارسة لتصميم مجموعة الملابس «Collection» وفقا للموضه السريعة Fast Fashion :

المرحلة الثالثة من المنهجية المقترحة تتمثل فى دراسة وتحليل التصميمات ذو المبيعات العاليه فى المواسم السابقه ثم يتم تحديد معايير وأسباب نجاح هذه التصميمات فى كلا من الشكل الظلى , الخامات , الألوان , التقنيات , التفاصيل والنمط « ويتم تحليل ودراسة كل عنصر من عناصر نجاح التصميم ويتم عمل مجموعة من التصميمات يتم عرضها فى المحال التجارية أو بطرق العرض الأخرى كل فترة محددة من قبل الشركة وهكذا .. وسيتم تناول هذه الطريقة فى البحث كالتالى :

تفترض الباحثة أن التصميم الأول شكل «5» هو التصميم الناجح مبيعا وسيتم الإستفاده منه بتحليل عناصره من لون وخطوط وخامات وتقنيات وشكل ظلى ومن ثم يتم تصميم ثلاث تصميمات على سبيل المثال من قبل الباحثة بناء على التحليل السابق للتصميم وذلك لإستثمار نجاح أى تصميم ناجح مبيعا وتجاريا لكسب المزيد من المبيعات وللإحتفاظ بالفئة المستهدفة من المستهلكين , وشكل «17» يمثل ثلاث تصميمات مختلفة من تصميم الجاكيت الأساسى لإستثمار فكرته بإفتراض نجاحه كتصميم فى السوق التجارى , أما شكل «18» يمثل المقترح الأول من تصميم الجاكيت وطرق عرضة فى مجموعة الملابس «Collection» , و شكل «19» يمثل المقترح الثانى من تصميم الجاكيت وطرق عرضة فى مجموعة الملابس «Collection» , و شكل «20» المقترح الثالث من تصميم الجاكيت وطرق عرضة فى مجموعة الملابس «Collection» .

التصميمات الناجحة إلى أفكار تصميمية أخرى تمثل نفس الفكر التصميمي لنفس الفئة المستهدفة ولكن بأشكال وتصميمات مختلفة ومتنوعة .

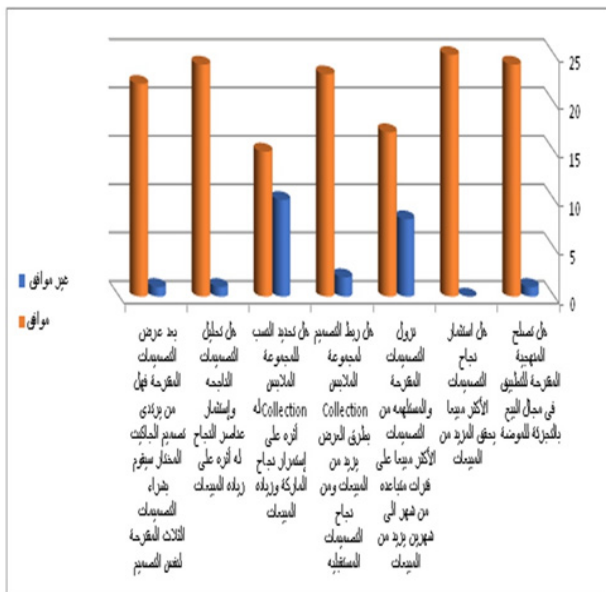
رابعا : تقييم المنهجية لقياس مدى صلاحيتها في التطبيق :
تم تقييم المنهجية المقترحة لتصميم مجموعة الملابس «Collection» وفقا للموضة السريعة «Fast fashion» « من خلال إستبيان موجه لأعضاء هيئة التدريس في مجال التخصص وأصحاب المصانع وتجار التجزئة وذلك لقياس مدى صلاحية تطبيق المنهجية المقترحة في السوق العملي وكانت نتائج الإستبيان كمايلي :
اولا : أعضاء هيئة التدريس (العدد ٢٠) :

تم عرض الإستبيان على عدد ٢٠ عضو هيئة تدريس في مجال التخصص وتم موافقة نسبة ٨٥٪ على المنهجية وعلى مدى صلاحيتها للتطبيق في مجال البيع بالتجزئة , بينما كانت نسبة موافقه على استثمار نجاح التصميمات الأكثر مبيعا يحقق المزيد من المبيعات هي ١٠٠٪ , وافقت نسبة ٨٠٪ على نزول التصميمات المقترحة والمستلهمه من التصميمات الأكثر مبيعا على فترات متباعدة من شهر الى شهرين لزيادة المبيعات , ونسبة الموافقة على ربط التصميم لمجموعة الملابس «Collection» بطرق العرض يزيد من المبيعات ومن نجاح التصميمات المستقبليه هي ٨٠٪ , بينما كانت نسبة الموافقة على تحديد النسب للمجموعة الملابس «Collection» له أثره على إستمرار نجاح الماركة وزيادة المبيعات هي نسبة ضعيفه تتمثل في ٢٥٪ , أما نسبة الموافقة على تحليل التصميمات الناجحه وإستثمار عناصر النجاح له أثره على زيادة المبيعات فهي ٧٥٪ وأخيرا نسبة الموافقة على من يرتدى تصميم الجاكيت المختار سيقوم بشراء التصميمات الثلاث المقترحة لنفس التصميم هي ٩٠٪ .



شكل 19: التصميم الثالث من الجاكيت وطرق عرضة في مجموعة الملابس "Collection"

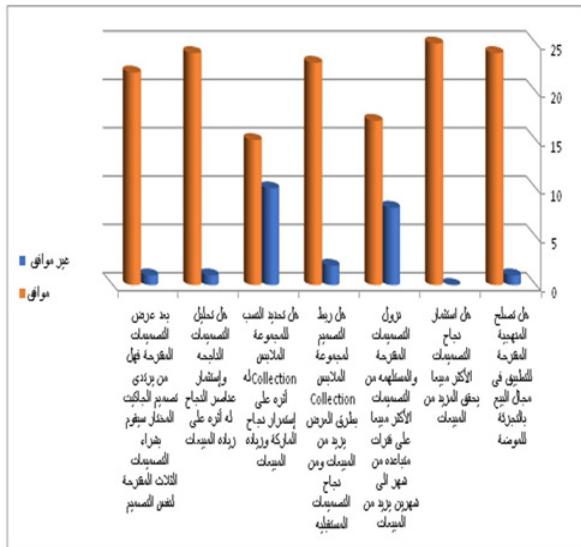
ومن خلال المنهجية المقترحة من قبل الدارسة والمكونة من ثلاث مراحل نجد أن خطوات إعداد مجموعة الملابس «Collection» طبقا للموضة السريعة «Fast Fashion» تتكون من التخطيط ثم التطبيق من خلال مجموعة من التصميمات التي يتم إرتداؤهم بالعديد من الطرق والأشكال مع بعضهم البعض كمجموعة قطع متناسقة «Outfits» كاملة ومختلفة ومتعددة ومن ثم التقييم من خلال المبيعات وتطوير التصميمات الناجحة إلى أفكار تصميمية أخرى تمثل نفس الفكر التصميمي لنفس الفئة المستهدفة ولكن بأشكال وتصميمات مختلفة ومتنوعة



شكل 21 : نتائج إستبيان أعضاء هيئة التدريس لقياس مدى صلاحية المنهجية المقترحة للتطبيق



شكل 20: التصميم الرابع من الجاكيت وطرق عرضة في مجموعة الملابس "Collection"



شكل 23 " نتائج إستبيان تجار التجزئة لقياس مدى صلاحية المنهجية المقترحة للتطبيق

مناقشة النتائج :

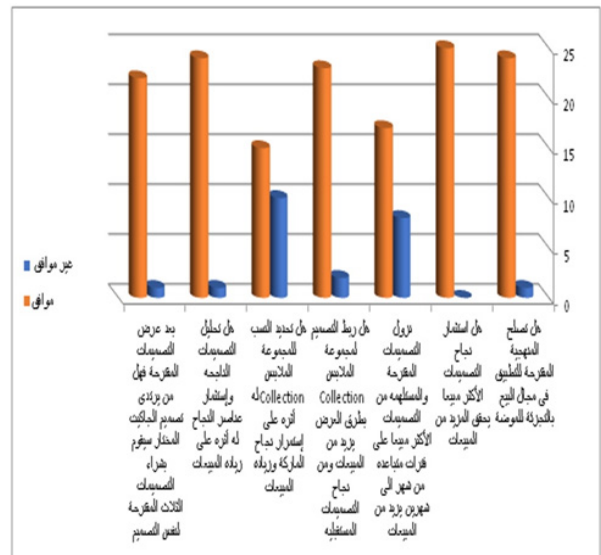
تناول البحث في الإطار النظري بعض المفاهيم المختلفة من تصميم الموضة والموضة السريعة «Fast Fashion» , وتعريف لمجموعة الملابس «Collection» وخطوط الموضة «Fashion Lines» ومن ثم إستعراض لخطوات التصميم , ثم تناول الجزء التطبيقي الخاص بعرض المنهجية المقترحة للباحثة لتصميم مجموعة ملابس «Collection» وفقا للموضة السريعة وتمت المنهجية على أربع مراحل وهي البحث والتحديد ثم التخطيط ثم التطبيق من خلال التصميم لمجموعة ملابس «Collection» من خلال ثلاث مراحل مختلفة طبقا للموضة السريعة وأخيرا التقييم من خلال إستبيان موجه للمتخصصين في المجال وأثبتت الدراسة أن تطبيق المنهجية بمراحلها المختلفة تؤدي إلى استثمار نجاح التصميمات وزيادة المبيعات في مجموعات الملابس «Collections» التالية والمستقبلي لأنها مبنية على دراسة وتحليل تصميمات تم من خلالها تحقيق نسب عالية من المبيعات والأرباح بالإضافة إلى إتباع اتجاهات الموضة وإنتاجها في وقت محدد وذلك يرجع إلى أن أغلب التصميمات يتم تصميمها مسبقا بعد نجاح أي تصميم وذلك من خلال وضع مقترحات أخرى عديده مستلهمه من التصميم الناجح مبيعا بعد دراسته وتحليله , وأثبت تقييم المنهجية من قبل المتخصصين في المجال الأكاديمي والقطاع العملي لسوق العمل من أصحاب المصانع أو تجار البيع بالتجزئة مدى قابلية تطبيق المنهجية في السوق العملي لإستثمار نجاح التصميمات وزيادة المبيعات وربط التصميمات في مجموعات الملابس «Collections» بطرق العرض يزيد من المبيعات ومن نجاح التصميمات عند عرضهم بالمحال او بطرق العرض المختلفة في المستقبل وكذلك تحليل التصميمات الأكثر مبيعا له أثره على زيادة المبيعات .

نتائج البحث :

- المنهجية المقترحة من قبل الدارسة لتصميم مجموعة الملابس «Collection» طبقا للموضة السريعة متمثلة في الثلاث مراحل هي بمثابة تخطيط وتطبيق وتقييم لإستثمار نجاح التصميمات ولتواجد تصميمات تتناسب مع الفئة المستهدفة من المستهلكين

ثانيا : أصحاب المصانع (العدد ١٠)

تم عرض الإستبيان على عدد ١٠ من أصحاب مصانع الملابس الجاهزة وتم موافقة نسبة ٩٠٪ على المنهجية وعلى مدى صلاحيتها للتطبيق في مجال البيع بالتجزئة , بينما كانت نسبة الموافقة على استثمار نجاح التصميمات الأكثر مبيعا يحقق المزيد من المبيعات هي ١٠٠٪ , وافقت نسبة ٣٠٪ على نزول التصميمات المقترحة والمستلهمه من التصميمات الأكثر مبيعا على فترات متباعدة من شهر الى شهرين لزيادة المبيعات , ونسبة الموافقة على ربط التصميم لمجموعة الملابس «Collection» بطرق العرض يزيد من المبيعات ومن نجاح التصميمات المستقبلي هي ٧٠٪ , بينما كانت نسبة الموافقة على تحديد النسب للمجموعة الملابس «Collection» له أثره على إستمرار نجاح الماركة وزيادة المبيعات هي نسبة ضعيفة تتمثل في ٦٠٪ , أما نسبة الموافقة على تحليل التصميمات الناجحة وإستثمار عناصر النجاح له أثره على زيادة المبيعات فهي ١٠٠٪ وأخيرا نسبة الموافقة على من يرتدى تصميم الجاكيت المختار سيقوم بشراء التصميمات الثلاث المقترحة لنفس التصميم هي ٨٥٪ .



شكل 22 : نتائج إستبيان أصحاب المصانع لقياس مدى صلاحية المنهجية المقترحة للتطبيق

ثالثا : تجار البيع بالتجزئة (العدد ٢٥) :

تم عرض الإستبيان على عدد ٢٥ من تجار التجزئة وتم موافقة نسبة ٩٦٪ على المنهجية وعلى مدى صلاحيتها للتطبيق في مجال البيع بالتجزئة , بينما كانت نسبة الموافقة على استثمار نجاح التصميمات الأكثر مبيعا يحقق المزيد من المبيعات هي ١٠٠٪ , وافقت نسبة ٦٨٪ على نزول التصميمات المقترحة والمستلهمه من التصميمات الأكثر مبيعا على فترات متباعدة من شهر الى شهرين لزيادة المبيعات , ونسبة الموافقة على ربط التصميم لمجموعة الملابس «Collection» بطرق العرض يزيد من المبيعات ومن نجاح التصميمات المستقبلي هي ٩٢٪ , بينما كانت نسبة الموافقة على تحديد النسب للمجموعة الملابس «Collection» له أثره على إستمرار نجاح الماركة وزيادة المبيعات هي نسبة ضعيفة تتمثل في ٧٥٪ , أما نسبة الموافقة على تحليل التصميمات الناجحة وإستثمار عناصر النجاح له أثره على زيادة المبيعات فهي ٩٦٪ وأخيرا نسبة الموافقة على من يرتدى تصميم الجاكيت المختار سيقوم بشراء التصميمات الثلاث المقترحة لنفس التصميم هي ٨٨٪ .

for Management of Engineering and Technology; Infrastructure and Service Integration, , Kanazawa, .2014 July 31-27, Japan
Basics Fashion Design :(2009)Renfrew , Elinor (7)
Developing a Collection ,AVA Publishing SA, first .2009, edition
«مراجع من شبكة المعلومات»
(8) (Accessed: 28 Dec 2020),
<https://www.leaf.tv/articles/definition-of-collection-or-line-in-the-apparel-industry>
(9) (Accessed: 15 Dec 2020),
<http://www.differencebetween.net/miscellaneous/difference-between-mood-board-and-concept-board>
<https://fashioninsiders.co/toolkit/how-to/design-commercially-strong-fashion-collection>
(10) (Accessed: 05 Aug 2019),
<https://www.patterncurator.com/blog/green-envy>
(11) (Accessed: 05 Dec 2019),

مع الحفاظ على سرعة الإستجابة والمرونة في التصميم.
• تختلف منهجية التفكير التصميمي لإعداد مجموعة الملابس «Collection» في الموضة السريعة عن غيرها حيث تتعدد الأفكار وترتبط بطريقة العرض وبالتواجد لمدة لا تزيد عن أسبوعين أو ثلاثة على الأكثر في المحل التجارى
• ربط الفكر التصميمي في الإعداد لمجموعة الملابس «Collection» مع متطلبات المستهلك من خلال تحليل التصميمات الناجحة لزيادة معدلات المبيعات في مجموعة الملابس «Collection» الجديد.
• ربط الفكر التصميمي بطريقة العرض له أثر سيكولوجي على المستهلك لزيادة المبيعات .
• استثمار نجاح التصميمات لزيادة المبيعات في مجموعات الملابس «Collections» التاليه لزيادة الأرباح والإستمرار في ظل المنافسة الشرسة لسوق العمل المحلى والعالمى فى قطاع البيع بالتجزئه وفقا للموضة السريعة

توصيات البحث :

- الإهتمام بزيادة الأبحاث والدراسات الخاصة بتصميم مجموعات الملابس «Collections» فى مجال البيع بالتجزئه فى جمهورية مصر العربية
- التوصيه بتطبيق المنهجية من قبل المصممين القائمين بالعمل فى الشركات والمصانع التى تستهدف قطاع البيع بالتجزئه للموضة السريعة
- تدريب الطلاب فى الجامعات والمعاهد على المنهجية المقترحة فى تصميم مجموعات الملابس «Collections» الخاصة بالفئة المستهدفة فى قطاع البيع بالتجزئه .

المراجع :

«مراجع باللغة العربية»

(1) زينب عيد الحفيظ (2001) : الملابس الجاهزة بين الإعداد والإنتاج , الطبعة الأولى , دار الفكر العربى , 2001 .
(2) ناهد إبراهيم عبد الرحمن (2018): إستحداث تصميمات أزياء نسائية مستوحاه من اتجاهات موضة كريستيان ديور , رسالة ماجستير , جامعة القصيم , كلية التصميم والإقتصاد المنزلى , 2018 .

«مراجع باللغة الإنجليزية»

(3) Knitwear Design, Laurence :(2013),Brown ,Carol
, King publishing Ltd , London 2013 .
(4) Rethinking the fashion :(2017)Raebild , Ulla
collection as a design strategic tool in circular 12th EAD Conference ,» Design For Next ,economy . 2017 April-14-12 ,« Sapienza University Of Rome
Development of :(2018) AU, Yu and AU, Joe (5)
innovative high – fashion collection via conceptual design process model, Journal of Textile Science & , 30 , 192x, August-2641 Fashion Technology , Issu .2018
(6) Traditional collection :(2014) Marotti , Adriana
development: Lessons from fast fashion, PICMET Conference: Portland International Center 14»