

التجارة الالكترونية لنماذج ملابس النساء الخارجية Electronic commerce of women's outerwear pattern

د.د / سميحة علي ابراهيم باشا

استاذ تكنولوجيا الباترونات – كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

د / زينب عبد الحافظ علي الخطيب

مدرس الملابس والنسيج – كلية التربية النوعية - جامعة اسبوط

كلمات دالة Keywords:

التجارة الالكترونية
Electronic commerce
النماذج
Pattern
نماذج الملابس الخارجية
outerwear pattern

ملخص البحث Abstract:

إن من أهم ما يميز عصرنا الحالي هو تسارع وتيرة التطورات التكنولوجية، والتي ألقت بظلالها على القطاع التجاري، وساهمت في تحسين وتطوير الأنشطة التجارية التقليدية، وكذلك استحداث أنشطة تجارية جديدة كالتجارة الالكترونية المختلفة تماماً في مبادئها ومفاهيمها عن نظيرتها التقليدية. وتعرف التجارة الالكترونية بانها كافة اشكال التعاملات التجارية التي تتم الكترونياً عبر شبكات الاتصالات، بما في ذلك التعاملات بين الشركات بعضها البعض، وبين الشركات وعملائها، او بين الشركات والادارات الحكومية. ويمكن انشاء موقع للتجارة الالكترونية بسهولة عن طريق استخدام منشئي المواقع المجانية الكثيرة والمتوفرة، وأشهرها موقع متجري (matjaree) - متجر سلة (salla) - متجر ماجيننتو (Magento) - موقع ويكس (Wix) الذي تم اختياره من قبل الدراسة لانشاء موقع التجارة الالكترونية الخاص بهم لتسويق نماذج ملابس النساء (الباترونات)، حيث ان نماذج ملابس النساء (الباترون) من المتطلبات الاساسية لتنفيذ وانتاج اى قطعة ملابسية تتوافر فيها عوامل الضبط. والباترون الجاهز يتميز بأنه سهل الاستخدام ويلجأ إليه الكثيرون لتخطى عقبة رسم الباترون، ومن هنا جاءت فكرة البحث الحالي مُتضمنة محاولة الاستفادة من اسلوب التجارة الالكترونية كأحد التعاملات التجارية الحديثة التي أصبحت إحدى سمات هذا العصر، بل وضرورة من ضرورياته لتسويق المنتج الخاص بهما وهو باترونات ملابس النساء الخارجية التي تتميز بانها بسيطة وباللغة العربية ومصطلحاتها الدارجة ومزودة بجميع التعليمات والارشادات التي قد يحتاجها المستخدم كما تتوافر بالمقاسات القياسية وكذلك المقاسات الشخصية مع توفير خدمة توصيلها للمستخدم الى منزلة في اسرع وقت من خلال موقع تجارة الكتروني خاص. بهدف توظيف وسائل التكنولوجيا الحديثة في مساعدة من لديهم القدرة والرغبة في تنفيذ الملابس من ربات المنزل واصحاب المشروعات متناهية الصغر، والذين لا يملكون الخبرة والقدرة على رسم الباترون واعادة بالطريقة الصحيحة في محاولة لتلبية احتياجات سوق العمل وتحسين مستوى الأداء مما قد يؤثر تأثيراً إيجابياً على تطور وقيام المشروعات الصغيرة بمصر. وقد اتبع البحث كلا من المنهج الوصفي التحليلي والمنهج شبه التجريبي التطبيقي حيث استخدم المنهج الوصفي التحليلي في عرض الإطار النظري وأسس بناء الموقع وتحليل النتائج واستخدم المنهج شبه التجريبي في تصميم وبناء محتوى الموقع. وتمثلت عينة البحث في عدد من المتخصصين (في مجال المواقع الالكترونية، والمتخصصين في مجال الملابس) - عدد من مستخدمي الانترنت المهتمين بتنفيذ الملابس. ولقد تم اعداد ادوات البحث وضبطها وهي: - الموقع الالكتروني المصمم لتحقيق هدف البحث، استثماره تحكم الموقع الالكتروني (التصميم والمحتوى) من قبل المتخصصين. واستمارة (مقياس تقدير) لقياس درجة قبول الموقع الالكتروني المقترح في ضوء متوسطات تقييم المستخدمين. **النتائج:** يمكن تصميم موقع تجارة الكتروني فعال لبيع نماذج ملابس النساء الخارجية. وكذلك فإن - موقع التجارة الالكترونية المقترح يلقى قبول من المستخدمين.

Paper received 19th December 2021, Accepted 5th February 2022, Published 1st of March 2022

الاتصال المباشر فيما بينهم، دون تدخل الوطاء التقليديين مثل الموردين والمصدرين وتجار الجملة والتجزئة (علام، 2010). ويمكن انشاء موقع للتجارة الالكترونية بسهولة عن طريق استخدام منشئي المواقع المجانية الكثيرة والمتوفرة، وأشهرها موقع متجري (matjaree) - متجر سلة (salla) - متجر ماجيننتو (Magento) - موقع ويكس (Wix) الذي تم اختياره من قبل الدراسة لانشاء موقع التجارة الالكترونية الخاص بهم لتسويق نماذج ملابس النساء (الباترونات) حيث ان نماذج ملابس النساء (الباترون) من المتطلبات الاساسية لتنفيذ وانتاج اى قطعة ملابسية تتوافر فيها عوامل الضبط وهو يمثل المرحلة الثانية بعد اختيار التصميم كمرحلة اولي لذلك تسعى الكثير من السيدات الراغبات في تفصيل الملابس والورش الصغيرة الى ايجاد باترونات جاهزة تستطيع استخدامها بطريقة مبسطة وسريعة لإنتاج قطع ملابسية متنوعة وتوفير عناء اعداد ورسم الباترون.

والباترون الجاهز يتميز بأنه سهل الاستخدام ويلجأ إليه الكثيرون لتخطى عقبة رسم الباترون، وتقدم مجلات كثيرة الباترونات

مقدمة Introduction

إن من أهم ما يميز عصرنا الحالي هو تسارع وتيرة التطورات التكنولوجية، والتي ألقت بظلالها على القطاع التجاري، وساهمت في تحسين وتطوير الأنشطة التجارية التقليدية، وكذلك استحداث أنشطة تجارية جديدة كالتجارة الالكترونية المختلفة تماماً في مبادئها ومفاهيمها عن نظيرتها التقليدية.

ويعد الدخول اليسير والفعال إلى الأسواق المحلية والدولية لمؤسسات الأعمال أحد الفوائد المباشرة للتجارة الإلكترونية التي تعتمد على الإنترنت، ولذلك فإنه بإمكان أي فرد أن يصبح تاجراً على الإنترنت بتكاليف منخفضة جداً وعلاوة على إمكان الوصول إلى الأسواق العالمية، فإن الشركات التي تبنت التجارة الإلكترونية تؤكد وجود فوائد ومناافع أخرى لهذه التجارة مثل تقليص أوقات أو فترات التوريد، واختصار أوقات دورات الإنتاج، وتبسيط عمليات واجراءات الشراء، بالإضافة إلى إقصاء المخزون، لأن المنتجين والمستهلكين يصبحون قريبين جداً من بعضهم البعض من خلال

قد يؤثر تأثيراً إيجابياً على تطوير وقيام المشروعات الصغيرة بمصر.

5 - قد يكون البحث خطوة نحو توسيع مجالات التجارة الالكترونية.

منهج البحث: Methodology

يتبع البحث كلا من المنهج الوصفي التحليلي والمنهج شبه التجريبي التطبيقي حيث استخدم المنهج الوصفي التحليلي في عرض الإطار النظري وأسس بناء الموقع وتحليل النتائج واستخدم المنهج شبه التجريبي في تصميم وبناء محتوى الموقع.

حدود البحث: Delimitations

- حدود مكانية: جمهورية مصر العربية.
- حدود نوعية: يقتصر الموقع المصمم على توفير نماذج (باترونات) لعدد من تصاميم الجونلة.
- حدود زمنية: مدة تطبيق البرنامج خلال العام 2021.

عينة البحث: Sample

- عينة بشرية: تتمثل في عدد من المتخصصين (في مجال المواقع الالكترونية، والمتخصصين في مجال الملابس) وعدد من مستخدمي الانترنت المهتمين بتنفيذ الملابس.
- عينة مادية: نماذج (باترونات) لعدد من تصاميم الجونلة بمقاسات مختلفة.

فروض البحث: Hypothesis

- 1 - يمكن تصميم موقع تجارة الكتروني فعال لبيع نماذج ملابس النساء الخارجية.
- 2 - موقع التجارة الالكترونية المقترح يلقي قبول من المستخدمين.

ادوات البحث:

- الموقع الالكتروني المصمم لتحقيق هدف البحث.
- استمارة تحكيم الموقع الالكتروني (التصميم والمحتوى) من قبل المتخصصين.
- استمارة (مقياس تقدير) لقياس درجة قبول الموقع الالكتروني المقترح في ضوء متوسطات تقييم المستخدمين.

مصطلحات البحث: Terminology

التجارة الالكترونية: E-marketeing

لقد وردت في موضوع التجارة الإلكترونية عدة تعريفات، والحقيقة أنه ليس هناك تعريفاً محدداً لها حتى الآن بسبب تعدد الجهات التي أوردت هذه التعريفات ومن أهمها:

- مفهوم التجارة الإلكترونية يشير إلى تسويق المنتجات عبر شبكة الإنترنت الدولية وتوزيع البرامج الإلكترونية دون الذهاب إلى المتجر أو إلى الشركة، وعلاوة على ذلك فإن التجارة الإلكترونية تشتمل على الاتصالات بين مختلف الشركات على المستوى المحلي أو الدولي، مما يسهل عملية التبادل التجاري ويزيد من حجمها. (ديمش، 2011)
- التجارة الإلكترونية تتضمن استخدام تكنولوجيا المعلومات لتعزيز الاتصالات والصنقات مع جميع الأطراف ذوي المصالح مع الشركة مثل العملاء، الموردين، المؤسسات الحكومية، المؤسسات المالية، المديرين، الموظفين والجمهور. (الشيخ وعواد، 2005: 3)
- تعرف بأنها مجموعة من المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات ببعضها البعض، وبين المشروعات والأفراد وبين المشروعات والإدارة أي أنها تعبر عن كل شكل من أشكال الاتصال، يستهدف تسويق بصورة مباشرة، أو غير مباشرة بضائع، أو خدمات، أو صورة مشروع، أو منظمة، أو

الجاهزة بمقاسات مختلفة لتناسب الجميع وأشهرها مجله بوردا (burda style)، وفي الوقت الحاضر يوجد باترونات جاهزة لجميع أنواع الملابس والمناسبات والأعمار، كما توجد باترونات لمصممي الباترونات الراقية الفرنسية والعالمية كذلك يوجد باترونات للعب الأطفال ومفروشات المنزل ورغم ما لهذه الباترونات من مزايا فإن لها بعض العيوب منها عدم تواجدها في بعض الأسواق، كذلك فهي تحتاج في بعض الأحيان إلى تعديل لتناسب قوام المرأة العربية، كما تحتاج إلى الإلمام بالثقافة العامة والخبرة في استخدام الباترون مع المعرفة الجيدة باللغة الأجنبية.

ومن هنا جاءت فكرة البحث الحالي مُتضمنة محاولة الاستفادة من أسلوب التجارة الالكترونية كأحد التعاملات التجارية الحديثة التي أصبحت إحدى سمات هذا العصر، بل وضرورة من ضروريات تسويق المنتج الخاص بها وهو باترونات ملابس النساء الخارجية التي تتميز بأنها بسيطة وباللغة العربية ومصطلحاتها الدارجة ومزودة بجميع التعليمات والارشادات التي قد يحتاجها المستخدم كما تتوافر بالمقاسات القياسية وكذلك المقاسات الشخصية مع توفير خدمة توصيلها للمستخدم الى منزله في اسرع وقت من خلال موقع تجارة الكتروني خاص تم انشاؤه على منسئ المواقع Wix .

مشكلة البحث: Statement of the Problem

تتلخص مشكلة البحث في التساؤلات الآتية:

- 1- ما إمكانية تصميم موقع تجارة الكتروني لبيع نماذج (باترونات) ملابس النساء الخارجية؟
- 2- ما فاعلية الموقع الالكتروني في تسويق نماذج (باترونات) ملابس النساء الخارجية؟

- 1- ما فاعلية الموقع الالكتروني في توفير نماذج (باترونات) جاهزة بالمقاسات القياسية او المقاسات الشخصية لعدد من تصاميم ملابس النساء الخارجية المتنوعة؟
- 2- ما فاعلية الموقع الالكتروني في توفير نماذج (باترونات) جاهزة مزودة بالمعلومات والارشادات التي يحتاجها المستخدم عند استخدام الباترون باللغة العربية والمصطلحات الدارجة؟
- 5 - ما مدى قبول الموقع الالكتروني المصمم من قبل المستخدمين؟

أهداف البحث: Objectives

- 1 - تصميم موقع تجارة الكتروني لتسويق نماذج ملابس النساء الخارجية.
- 2 - قياس مدى فاعلية الموقع الالكتروني في تسويق نماذج ملابس النساء الخارجية.
- 3 - قياس مدى فاعلية الموقع الالكتروني في توفير نماذج (باترونات) جاهزة بالمقاسات القياسية او المقاسات الشخصية لعدد من تصاميم ملابس النساء الخارجية المتنوعة.
- 4 - تحديد مدى قبول الموقع الالكتروني المصمم في ضوء متوسطات تقييم المستخدمين.

أهمية البحث: Significance

- 1 - القاء الضوء على خصائص ومميزات التجارة الالكترونية في مجال الملابس.
- 2 - توظيف وسائل التكنولوجيا الحديثة في مساعدة من لديهم القدرة والرغبة في تنفيذ الملابس، ولكن لا يملكون الخبرة والقدرة على رسم الباترون واعداده وذلك بتوفير نماذج جاهزة (باترونات) بالمقاسات القياسية او المقاسات الشخصية لهم لعدد من تصاميم ملابس النساء الخارجية المتنوعة.
- 3 - توفير نماذج (باترونات) جاهزة مزودة بالمعلومات والارشادات التي يحتاجها المستخدم عند استخدام الباترون باللغة العربية والمصطلحات الدارجة مما يمكن المستخدمين من كل المستويات التعليمية من استخدامها.
- 4 - محاولة تلبية احتياجات سوق العمل وتحسين مستوى الأداء مما

يستطيع المقارنة بين مختلف العروض المقدمة أي انحياز التبادلات لصالح المشتري على حساب البائع مما يجعل الشركات تعاني من مشكلة عدم القدرة على تحقيق عوائد حقيقية وربحية فعلية، مع إمكانية فقدانها للكثير من المستهلكين التقليديين بسبب المنافسة الشرسية (نجم، 2004)

تقسم التجارة الإلكترونية وفقاً لطبيعة المتعاملين بها إلى نوعين، التعامل بالتجارة الإلكترونية فيما بين الشركات والتعامل بالتجارة الإلكترونية فيما بين الشركات والمستهلكين، النوع الأول بدأ استخدامه منذ فترة من الزمن بين الشركات العملاقة بينما النوع الثاني يستخدم بين الشركة والمستهلك وبدأ استخدامه منذ سنوات قليلة، وانتشر بسرعة كبيرة نظراً لزيادة عدد مستخدمي الإنترنت في العالم. (Webb, Kevin, 2020)

حيث تشير الإحصائيات إلى تزايد في عدد مستخدمي الإنترنت حول العالم، حيث تشير إحصائية إنترنت وورد ستاتس (Internet World Stats)، في (30 يونيو 2012) أنه بلغ عدد مستخدمي الإنترنت حول العالم حتى عام (2000) حوالي (360) مليون شخص بينما ارتفع هذا العدد ليصبح عام (2012) ملياراً و(406) مليون شخص، وأصبح في أكتوبر عام (2020) حوالي (4.66) بليون شخص. (Internet World Stats, 2020). كما ان استخدام الإنترنت في مصر يتزايد وبمعدلات سريعة. كما يتزايد المتسوقين على الإنترنت بشكل أكبر في الفترة الأخيرة، وتتزايد معهم أرباح التوزيع الإلكتروني بشكل مطرد Hilal and Nil, (2014)

صفات التجارة الإلكترونية: (وكيبديبا، مايو 2021)

1. لا يوجد استخدام للوثائق الورقية المتبادلة والمستخدم في إجراء وتنفيذ المعاملات التجارية، كما أن عمليات التفاعل والتبادل بين المتعاملين تتم إلكترونياً ولا يتم استخدام أي نوع من الأوراق. ولذلك تعتمد الرسالة الإلكترونية كسند قانوني معترف به من قبل الطرفين عند حدوث أي خلاف بين المتعاملين.
2. يمكن التعامل من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية مع أكثر من طرف في نفس الوقت، وبذلك يستطيع كل طرف من إرسال الرسائل الإلكترونية لعدد كبير جداً من المستقبلين وفي نفس الوقت، ولا حاجة لإرسالها ثانية.
3. يتم التفاعل بين الطرفين المتعاملين بالتجارة الإلكترونية بواسطة شبكة الاتصالات، وما يميز هذا الأسلوب هو وجود درجة عالية من التفاعلية من غير أن يكون الطرفان في نفس الوقت متواجدين على الشبكة.
4. عدم توفر تنسيق مشترك بين كافة الدول من أجل التنسيق وصدور قانون محدد لكل دولة مع الأخذ بعين الاعتبار قوانين الدول الأخرى، وهذا بدوره يعوق التطبيق الشامل للتجارة الإلكترونية.
5. يمكن أن يتم بيع وشراء السلع غير المادية مباشرة ومن خلال شبكة الاتصالات، وبهذا تكون التجارة الإلكترونية قد انفردت عن مثيلاتها من الوسائل التقليدية والمستخدم في عملية البيع والشراء، ومثال ذلك التقارير والأبحاث والدراسات والصور وما شابه ذلك.
6. إن استخدام أنظمة الحاسبات المتوفرة في مؤسسات الأعمال لانسياب البيانات والمعلومات بين الطرفين دون أن يكون هنالك أي تدخل مباشر للقوى البشرية يساعد على إتمام العملية التجارية بأقل التكاليف وبكفاءة عالية.

اشكال التجارة الإلكترونية: (Margaret Eldridge, 2001)

- التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية ومنشأة تجارية.
- التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية ومستهلك.
- التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية والادارة الحكومية.
- التجارة الإلكترونية بين المستهلكين والادارة الحكومية.
- التجارة الإلكترونية بين مستهلك الى مستهلك.

شخص يباشر نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو يقوم بمهنة منظمة. (رمضان، 2000)

- ويذهب آخرون إلى تعريف التجارة الإلكترونية بأنها كافة أشكال التعاملات التجارية التي تتم إلكترونياً عبر شبكات الاتصالات، بما في ذلك التعاملات بين الشركات بعضها البعض، وبين الشركات وعملائها، أو بين الشركات والادارات الحكومية. (رأفت رضوان وآخرون، 2000)

النماذج: Pattern

- عبارة عن خطوط ومنحنيات ترسم على الورق بطرق فنية وهندسية تبني على مقاييس دقيقة لجسم معين ويأخذ شكل هذا الجسم بواسطة الخياطات والبنسات وهو الأساس الذي يبني عليه أي تصميم. (زينب عبد الحفيظ فرغلي، 2001)
- عبارة عن مجموعة من الخطوط الهندسية المستقيمة والمنحنية والمتداخلة الناتجة عن استخدام القياسات المختلفة لأبعاد الجسم والتي تتخذ في النهاية شكلاً مماثلاً له. (نفيسة أحمد أحمد علوان، 2012)
- يعرف الباترون بأنه ترجمة لقياسات الجسم متضمنة الدورانات والأطوال وتستخدم هذه القياسات على شكل مجموعة خطوط ومنحنيات للقياسات التي أخذت له مسبقاً يتم رسمها مباشرة على الورق لتمثل أبعاد جسم الإنسان تبعاً لقياساته. (Hilde, Jaffe, Nurie, Relis, 2004)

الاطار النظري Theoretical Framework :

أولاً: التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من التعاملات التجارية الحديثة التي ظهرت مع انتشار الشبكة الإلكترونية (الإنترنت) في العالم، حيث ظهرت أنواع عدة من التجارة الإلكترونية التي تستخدم أساليب جديدة ومبتكرة لترويج البضاعة والحصول على أعلى مستوى من الأرباح.

و تسهل التجارة الإلكترونية السبل المختلفة لنجاح المشروعات الصغيرة والمتوسطة، والتي تعد محوراً أساسياً في التنمية الاقتصادية، وتعاني من غياب الموارد الاقتصادية اللازمة للوصول إلى الأسواق العالمية. فهي تعمل على خفض تكاليف الإنشاء والتكاليف الإدارية وأعداد الموظفين، وتكاليف الإعلانات والدعاية وغيرها من المصاريف التشغيلية، التي تعيق عمل هذه المشروعات التي لا يمتلك أصحابها مصادر تمويلية كبيرة، فالتجارة الإلكترونية تعمل على توفير هذه التكاليف وتساعد على نجاح هذه المشروعات، وهذا ينعكس إيجاباً على تفعيل نشاطات هذه المشاريع، الأمر الذي يدفع عجلة التنمية الاقتصادية. كذلك تمكن التجارة الإلكترونية هذه المشروعات من تسويق منتجاتها خارج حدود الدولة، والوصول للأسواق العالمية وإيجاد موردين جدد في الخارج، وتعمل على تقديم منتجات جديدة تتلاءم مع حجم هذه المشروعات، وقدرتها المالية، مما يعطيها فرصة أكبر للبقاء والإسهام بنجاحها. ولهذا تُعد التجارة الإلكترونية إحدى الأدوات التي تحقق لتلك المشاريع القدرة على المشاركة في حركة التجارة الدولية بفاعلية وكفاءة، (جبريل، 2012)

كم تساهم التجارة الإلكترونية في توسيع نطاق السوق حيث تعمل التجارة الإلكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي وكذلك النفاذ إلى الأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة كان من المتعذر إيجادها في ظل التجارة التقليدية، لأن ممارسة التجارة عبر شبكة الإنترنت تجعل المنتجات من السلع والخدمات متاحة لأكثر عدد ممكن من المستهلكين. وهذا يتيح حتى للمنشآت الصغيرة والمتوسطة الحضور في الأسواق المحلية والدولية الأمر الذي يمنح فرصة أكبر للمستهلك للاختيار من بين المنتجات المعروضة (رضوان، 1999)

لقد أزلت التجارة الإلكترونية الحدود والقيود الجغرافية أمام مختلف الأعمال، وبالتالي تحولت المنافسة إلى المستوى العالمي ووضعت الشركات أمام تحديات الجودة العالمية والسعر المنافس، فالمستهلك

محرر مرئي يعمل بالسحب والإفلات لإنشاء موقع الويب الخاص بالمستخدم، حتى لو لم يكن لديه أي معرفة بالشفرات ولا تدريب مسبق فالأمر يشبه استخدام لبنات البناء لإنشاء التصميم الشخصي. فالنظام يدهي لدرجة أنه لن يستغرق من المستخدم سوى لحظات ليتأقلم معه.

مميزات Wix: (تيموثي شيم، 2021)

- يتيح الموقع أكثر من 500 قالب التي تم تصنيفها بدقة لإطلاع عليها في 70 فئة مختلفة لتختار من بينها. يغطي تقريباً جميع الاحتياجات العامة والمتخصصة، يعد بدء تشغيل موقع الويب الخاص بك أمراً بسيطاً مثل تصفح قاعدة بيانات القوالب الخاصة بهم والنقر فقط على واحد لاستخدامه.
- Wix تقدم مزيجاً مناسباً من الأساليب، من البسيط إلى الشامل. يعد تحرير القالب أعجوبة، حيث توفر الواجهة العديد من الخيارات بأسلوب السحب والإفلات الحقيقي. بمجرد حصولك على العناصر التي تريدها، ما عليك سوى ملء التفاصيل وستعمل.
- Wix - تضيف باستمرار وتجدد الميزات التي تبرز بدقة مع الاتجاهات والتكنولوجيا الحالية. أحد الأمثلة على ذلك يكمن في معالج تحسين محركات البحث (SEO) الذي قدمه مؤخرًا. يتماشى هذا مع إدراك العديد من الأشخاص لمدى مساعدة مُحسنات محركات البحث في تواجدهم على الويب.
- يسمح المعالج لـ Wix بمساعدتك في تحسين موقع الويب الخاص بك بسهولة. بالنسبة للبايعين عبر الإنترنت، لا توفر Wix خيارات مدفوعات التجارة الإلكترونية فحسب، بل تستطيع أيضاً من جدولة الحجوزات على موقعك. يلبي ذلك قطاعاً من المستهلكين لم أره متاحاً بسهولة في أي مكان آخر.
- Wix صديق للجوال بطريقتين مختلفتين. الأول هو أنه يسمح لك إما باستخدام القوالب المتجاوبة المتزامنة مع التصميم الأساسي الخاص بك أو يمكنك تخصيص موقع متوافق مع الجوال بشكل مستقل.
- الأكثر إثارة للاهتمام هو تطبيق Wix Mobile الفريد الذي يمكنك استخدامه للعمل مع مواقع Wix من الأجهزة المحمولة. هذا شيء يمكن أن يكون مفيداً جداً لأصحاب المشاريع المنفردين الذين يجب أن يفعلوا كل شيء بأنفسهم حيث يمنحهم تطبيق Wix للجوال طريقة لإنشاء مواقعهم وتعديلها أثناء التنقل دون الحاجة إلى الالتفاف حول جهاز حاسوب محمول - فقط جهاز لوحي أو حتى هاتف ذكي بشاشة كبيرة سيفي بالغرض.

ثانياً: النماذج (البياترونات) الجاهزة

تعد خطوة رسم النموذج (البياترون) من أهم خطوات إنتاج الملابس وتصنيعها بحيث يترتب على نجاحها نجاح بقية خطوات تصنيع القطعة الملابسية، وقديماً لم يكن استخدام النموذج المرسوم موجوداً، وظهرت المحاولات الأولى لاستخدام هذا المنهج في أواخر القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر، إلا أن البدايات الفعلية كانت في القرن التاسع عشر حيث ظهرت مجلات الموضة، كما ظهرت طريقة القص تبعاً للمقاسات، وفي عام 1940 م ظهرت بعض الكتب التي تحتوي على الرسوم التوضيحية للنماذج وذلك لتسهيل عملية الخياطة. (نجد عمر صالح وآخرون، 2021)

وفي عام 1863م قدم باتريك خياط أمريكي أول باترون تجاري كامل الإعداد وهذا الباترون لقميص رجالي رسمه على الورق ثم انتجه بعد ذلك على الورق الشفاف ليسهل إرساله بالبريد. ثم بعد ذلك قدم باترونات ملابس الأطفال والسيدات على الورق الشفاف وأدى ذلك إلى انتشار الباترون الجاهز سريعاً في أوروبا وأمريكا ثم ظهرت عدة شركات لإعداد الباترونات الجاهزة مثل (فوج سمبلستي ماكولز) ولا زالت منتشرة إلى الآن.

وقد تقدمت صناعة الباترون الجاهز في صورته الأولى فتوجد به ثوب من أحجام مختلفة كرموز لخطوط معينة مثل خط النصف، الأمام والخلف ... الخ، وفي عام 1920م أصدرت شركة (ماكولز)

- التجارة الإلكترونية البيئية في المنظمة الواحدة. ومعظم المتاجر الإلكترونية المشهورة تبيع منتجات لا تملكها، أي أنها منصة وسيطة، ولكن شهرتها دفعت وكلاء المنتجات والمصانع للتهافت على أصحاب هذه المتاجر لعرض منتجاتهم وتقديم خصومات كبيرة وبالتالي أرباح أعلى لأصحاب منصات التجارة الإلكترونية. (دليل ريادة الأعمال، 2021)

وتتمتع مصر بالكثير من المقومات التي تؤهلها لتبوء موقع متميز في تجارة الملابس الإلكترونية على مستوى المنطقة والعالم، حيث يوجد في مصر أكثر من 400 موقع للتسويق الإلكتروني عموماً منهم العديد من المواقع التي تعمل في تسويق وتجارة الملابس مثل موقع سوق دوت كوم وجوميا الأكثر شهرة، وغيرهم مثل يشري وشوبزينا وفاتريناز وفويل فاشون ونفسك وغيرهم الكثير، هذا بخلاف الشركات التي تعمل من خلال مواقع التسويق العامة حيث يتم عرض منتجاتهم من خلال مواقع الانترنت المتخصصة في التجارة الإلكترونية، ويضاف الي هذه القائمة الكثير من الشركات والأشخاص الذين يسوقون منتجاتهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وتمتلك كثير من الشركات مواقع خاصة علي الانترنت مثل (dalydress.com) هذا بخلاف البيع عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وأشهرها (facebook.com). (Yu, et al., 2012).

هذا بالإضافة الى ان المجتمع المصري يتكون من نسبة كبيرة من الشباب الذين يمكنهم التأقلم بسرعة مع أساليب التسويق الإلكتروني حيث يقف شباب المتسوقين (Gen Y consumer) كيفية البحث والوصول الي ما يريدون على مواقع الانترنت، وكيفية الوصول الي خدمة العملاء والتواصل معها، وكيفية التعامل مع مواقع التسوق، ولهذا يشعرون أكثر بالتأقلم مع طرق التسويق والدفع الإلكترونية (Sandra, et al., 2016).

ويبدل مسوقي الملابس جهوداً في التأثير على الخيرات المتناقلة لفظياً بين المستوفين بتتويج حملاتها الدعائية، والتعاون مع مالكي المدونات وصفحات التواصل الاجتماعي لما لهم من تأثير قيادي على غيرهم من المتسوقين، بالإضافة الي حملات التسويق الإلكترونية. (Marianne, 2013)

وأكثر المستفيدين من التسويق عبر الانترنت هم الموزعين الذين لديهم حملات تقليدية بالإضافة الي قنوات التوزيع الإلكترونية حيث يمكنهم نقل المتسوق بين القناتين للاستفادة من مميزات كل منهما، ويمكن حينها للمتسوق اختبار المنتج في المحل التقليدي ثم الشراء عبر الانترنت، او البحث عبر الانترنت ثم اختبار المنتجات في المحل التقليدي قبل إتمام عملية الشراء. ولزيادة انتشار العلامات التجارية وتعريف المستهلك بها تلجأ الشركات العاملة في تسوق الملابس الجاهزة الي تنظيم المسابقات والألعاب التفاعلية والفعاليات والأفلام والموسيقي والصور الفكاهية، وأيضاً تقديم العروض الترويجية ومميزات التوصيل المجاني وتخفيض الأسعار وتقديم هدايا مع المنتجات، حيث ان متسوقي الإنترنت معروفون بحبهم للعروض والتخفيضات ورغبتهم في الحصول على المنتجات بأقل سعر ممكن، خاصة وان التسويق الإلكتروني لا يتطلب وجود مكان تقليدي للبيع مما يقلل من تكاليف التسويق والبيع بشكل كبير. (خالد الشيخ، 2017)

والنجاح التسويقي لا يعتمد فقط على توصيل السلعة أو الخدمة إلى المستهلك، بل يمتد إلى ما بعد ذلك فمؤسسة الأعمال يجب أن تحافظ على مشتري منتجاتها وتعمل على تطوير علاقات وطيدة معهم حتى تكسب ولاءهم لمنتجاتها فإذا كان من السهل كسب ود المستهلك فإن من الصعوبة الاحتفاظ به في ظل المنافسة.

ويمكن انشاء موقع للتجارة الإلكترونية بسهولة عن طريق استخدام منشئي المواقع المجانية الكثيرة والمتوفرة، وأشهرها موقع متجر (matjaree) - متجر سلة (salla) - متجر ماجينتو (Magento) - موقع ويكس (Wix) الذي تم اختياره من قبل الدراسة حيث يتيح Wix، الذي يتم تقديمه كخدمة عبر الإنترنت، العمل باستخدام

- إن عملية تعديل الباترون الجاهز وإعداده على الوجه الأكمل، يتطلب دقة وعناية فائقة حتى يمكن الاستفادة من الباترون المعدل طبقاً للمقاس المطلوب، وبذلك نصل إلى النتائج المرجوة من استعماله ولتحقيق ذلك يجب إتباع الآتي:
- عند قيامك بشراء الباترون الجاهز، يجب أن تأخذى بياناً بأبعاد مقاساتك ليتمكنك مقارنتها بتلك الموضحة على غلاف الباترون أو الموضحة بداخله، وإن كان من الأفضل أن تشتري الباترون الذي يطابق مقاساتك تماماً.
- في حالة عدم تتطابق مقاسات الباترون مع مقاساتك فعليك أن تشتري الباترون الذي يطابق مقاس صدرك، حيث يكون من السهل تعديل مقاسات الوسط والإرداف.
- أما في حالة احتياج الباترون إلى إصلاحات، فإن هذا يفرض القيام بهذه الإصلاحات بحيث يعدل ويصبح مطابقاً لمقاسات الجسم تماماً قبل وضعه على القماش.
- **مميزات الباترون التجاري المعد إعداداً كاملاً:**
- يعد إعداداً فنياً كاملاً.
- يختصر في الوقت والجهد الذي يبذل في إعداد الباترون.
- عملي واقتصادي لما فيه من إعداد كامل أنه يوجد في الباترون الواحد أكثر من قطعة ملبسية وأكثر من فكرة لتنفيذ التصميم.
- يسهل إنتاج ما يحتاجه أفراد الأسرة من ملابس ومن كمالات الأزياء في المنزل.
- يرفع المستوى الثقافي والملبسي للفرد وللأسرة وذلك بتقديم بعض التصميمات لبيوت الأزياء الراقية الفرنسية والعالمية.
- **عيوب الباترون الجاهز:**
- قد لا يوجد في بعض الأسواق.
- يحتاج بعض الأحيان إلى تعديل ليناسب قوام المرأة العربية.
- يحتاج إلى الإلمام بالثقافة العامة والخبرة في استخدام الباترون مع المعرفة باللغة الأجنبية. (بنت مفيد، 2016)

إجراءات البحث:

- مرت عملية إنتاج الموقع في صورة نهائية بمجموعة من المراحل والتي تمثلت في:
- أولاً- مرحلة الدراسة وجمع المعلومات**
- وتم في هذه المرحلة تحديد الفئة المستهدفة وهي مستخدمي الانترنت المهتمين بتنفيذ الملابس، وتحديد عنوان الموقع الإلكتروني وهو "باترونست.كوم" بحيث يعبر عن هدف ومحتوى الموقع، بالإضافة إلى أن يكون جذاب ومشوق للمستخدمين، كما تم تحديد محتوى الموقع وهو نماذج (باترونات) لعدد من تصميمات الجولتة، وكذلك تم تحديد أسلوب النشر الإلكتروني.
- ثانياً – مرحلة تصميم الموقع الإلكتروني:**
- قامت الدراسة بتصميم هيكل وموضوعات الموقع الإلكتروني لتسويق ملابس النساء الخارجية باتباع الخطوات الآتية:
- تحديد أهداف الموقع الإلكتروني.
- وضع محتوى الموقع بما يحقق الأهداف المطلوبة.
- تصميم الموقع الإلكتروني.
- 1 - تحديد أهداف الموقع الإلكتروني:**
- الهدف العام للموقع:
- تصميم موقع الكتروني لبيع نماذج (باترونات) ملابس النساء الخارجية وتقديم نماذج جاهزة (باترونات) بالمقاسات القياسية او المقاسات الشخصية لعدد من تصميمات ملابس النساء الخارجية المتنوعة ومرفق معها تعليمات الاستخدام باللغة العربية
- الأهداف الفرعية للموقع:
- توفير باترونات جاهزة بالمقاسات القياسية لملابس النساء الخارجية وبيعها.
- توفير باترونات جاهزة بالمقاسات الشخصية لملابس النساء الخارجية وبيعها.

أول باترون تطبع عليه البيانات وأنواع الخطوط وعلامات التكامل والتطابق وبقية التفاصيل الأخرى، وبعد انتشار الباترون عالمياً طبعت البيانات والإرشادات بعده لغات مثل الإنجليزية – الفرنسية – الألمانية – الإيطالية – الأسبانية ... الخ.

وفي سنة 1956م وجدت جداول المقاسات بعد بحوث مكثفة التزمت بها شركات الباترون في أمريكا وفي بعض الدول الأوروبية سنة 1960م، وفي هذه السنة ظهر الباترون المعد للأطوال المختلفة في المقاس الواحد – قصير – طويل. (محمد السيد محمد حسن، 2009).

ما هو الباترون الجاهز؟

الباترون الجاهز الكامل الإعداد عبارة عن الآتي:

- كيس من الورق، عليه الموديل مرسوم وملون بطريقة جذابة، وقد يكون الباترون الواحد أكثر من قطعة وأكثر من طريقة لتنفيذ الموديل، فقد يكون الباترون مزوداً مثلاً بشكلين للكيس والياقة وغير ذلك من إضافات.
- مدون على واجهة الكيس إلى جانب الموديل، المقاس، اسم الشركة المنتجة للخامة المطلوبة لتنفيذ الموديل.
- الوجه الآخر للكيس يحتوي على رسم خلفي للموديل خريطة توضيحية لأجزاء ونموذج لطريقة وضع هذه الأجزاء على القماش.
- الأطوال المطلوبة لتنفيذ الموديل وأوضاع مختلفة طبقاً للمقاسات وطبقاً للخامات المستعملة في التنفيذ.
- **محتويات الكيس هي كما يلي:**
- ورقة تعليمات توضح كل قطعة من قطع الباترون بالإضافة على شرح لجميع الخطوات اللازمة للتنفيذ، القص، التركيب، الخياطة، البطانات إن وجدت.
- قطع الباترون كاملة، ومعدّه إعداداً كاملاً بما في ذلك الزيادات اللازمة للخياطة.
- لوحة إرشادات، توضح ما تشير إليه العلامات الموضوعة على أجزاء الباترون.
- ويبين أهم العلامات التي يكون الباترون الجاهز عادة مزوداً بها وذلك للاسترشاد بها مما يساعد على سهولة فهمه واستعماله.

طريقة استعمال الباترون الجاهز:

- قبل استخدامك للباترون الجاهز عليك إتباع ما يلي:
 - فحص ومراجعة أجزاء الباترون، ويتم ذلك باخراج الباترون من الظرف وبسطه بعناية حتى يمكن مقارنة محتوياته بالرسم الذي يوضح جميع الأجزاء التي يتكون منها الباترون. وإذا كان هناك أجزاء إضافية لا ترغب في استعمالها، عليك أن تطويها وتعيدها إلى مكانها في الكيس.
 - توجد على كل قطعة من قطع الباترون إرشادات مطبوعة، توضح كيفية وضعها على القماش، الزيادات اللازمة للخياطة، علامات تحدد مكان الخياطة نفسها، أي مكان خط الماكينة والخياطة.
 - عليك أن تتأكد قبل القص على القماش، أن يكون طول الباترون بالطول الصحيح الذي يوفر لك الطول المطلوب مضافاً إليه ما تحتاجه لثنية ذيل القطعة المنفذة.
 - كما عليك أن تتأكد أن مقاسات الباترون مطابقة تماماً لمقاساتك من حيث الطول والعرض، تحاشياً للوقوع في الخطأ، إذا كانت مقاسات الباترون غير مطابقة لمقاساتك، لا بد من ضرورة تعديل وإدخال الإصلاحات اللازمة على أجزاء الباترون حتى يتناسب ومقاساتك على أن تتم هذه الإصلاحات قبل القص على القماش.
 - من الإرشادات الهامة والتي يجب إتباعها بدقة وعناية عند وضع أجزاء الباترون على القماش مطابقة خط النسيج للبيانات الموضحة على الباترون والتي توضح مكان خط النسيج. (خياطة. تيوب، 2019)
- تعديل الباترون الجاهز:**

التصنيف الآتي لحساب المستويات والدرجات.

- درجة كبير للغاية من 4.20 إلى 5.00
- درجة كبير من 3.40 إلى 4.19
- درجة متوسطة من 2.60 إلى 3.39
- درجة ضعيف من 1.80 إلى 2.59
- درجة ضعيف للغاية من 1.00 إلى 1.79

ب - ضبط أدوات البحث:

1 - استمارة تحكيم الموقع الإلكتروني (التصميم والمحتوى)

من قبل المتخصصين، (ملحق رقم 1).

- صدق الأداة

للتحقق من صدق الأداة قامت الدراسة بتحكيماها من خلال توزيعها على مجموعة من المتخصصين في تكنولوجيا المعلومات، والاتصالات، والملابس. وقد تم أخذ الملاحظات والمقترحات حول فقرات الاستمارة وفي ضوءها تم تعديل الأداة وتطويرها.

- ثبات الأداة

للتحقق من ثبات الأداة تم استخدام معادلة ألفا كرونباخ لحساب الاتساق الداخلي. والجدول رقم (1) يبين قيم معامل الثبات لمعايير البحث ولأداة ككل.

جدول رقم (1) معاملات الثبات " ألفا كرونباخ "

| المعيار | عدد البنود | معامل الثبات |
|-------------------------------|------------|--------------|
| معيار تشغيل الموقع الإلكتروني | 4 | 0.91 |
| معيار سمات الشاشة | 8 | 0.82 |
| معيار اللغة | 5 | 0.82 |
| معيار التصفح | 8 | 0.67 |
| معيار التصميم | 7 | 0.89 |
| معيار الدقة والحدثة | 4 | 0.84 |
| المعايير ككل | 36 | 0.86 |

وقد تراوحت معاملات الثبات بين (0.67) لمعيار التصفح و(0.91) لمعيار تشغيل الموقع الإلكتروني، ولأداة ككل (0.86) وجميعها تقترب من الواحد الصحيح مما يدل على ان معامل الثبات (الاتساق الداخلي) عالي

2- استمارة (مقياس تقدير) لقياس درجة قبول الموقع الإلكتروني في ضوء متوسطات تقييم المستخدمين، (ملحق رقم 2).

- صدق الأداة

للتحقق من صدق الأداة قامت الدراسة بتحكيماها من خلال توزيعها على مجموعة من المتخصصين في تكنولوجيا المعلومات، والاتصالات، والملابس. وقد تم أخذ الملاحظات والمقترحات حول فقرات الاستمارة، وفي ضوءها تم تعديل الأداة وتطويرها.

- ثبات الأداة

للتحقق من ثبات الأداة تم استخدام معادلة ألفا كرونباخ لحساب الاتساق الداخلي. والجدول رقم (2) يبين قيم معامل الثبات لمعايير البحث ولأداة ككل.

جدول رقم (2) معاملات الثبات " ألفا كرونباخ "

| المعيار | عدد البنود | معامل الثبات |
|--------------|------------|--------------|
| خدمات الموقع | 4 | 0.67 |
| جودة المنتج | 3 | 0.89 |
| المعايير ككل | 7 | 0.82 |

وقد تراوحت معاملات الثبات بين (0.67) لمجال معايير خدمات الموقع الإلكتروني و(0.89) لمجال معايير جودة المنتج، ولأداة ككل (0.82).

- توفير المعلومات والارشادات التي يحتاجها المستخدم عند استخدام الباترون لضمان الحصول على منتج تام الضبط.

- توفير المعلومات والارشادات التي يحتاجها المستخدم عند استخدام الباترون باللغة العربية والمصطلحات الدارجة مما يمكن المستخدمين من كل المستويات التعليمية من استخدامها.

- وفير خدمة توصيل المنتج للمستخدم في أقرب وقت.

- نجاح عملية تسويق المنتجات المعروضة.

- الوصول الى كسب ثقة ورضا المستخدمين للموقع الإلكتروني.

2 - وضع محتوى الموقع بما يحقق الأهداف المطلوبة:

قامت الدراسة بتنظيم محتوى الموقع الإلكتروني بما يحقق الاهداف المطلوبة وشمل المحتوى نماذج متعددة من تصميمات الجونلة.

3- تصميم الموقع الإلكتروني:

قامت الدراسة باختيار منصة (WIX) وهي منصة متخصصة في تصميم المواقع الإلكترونية وقامت بتنظيم محتوى الموقع الإلكتروني وإعداده بالصورة السليمة ووضع تصميم مقترح بما يتناسب مع موضوع وأهداف الموقع.

ثالثاً - اعداد وضبط أدوات البحث في ضوء المحتوى والأهداف:

أ - اعداد أدوات البحث:

1- استمارة تحكيم الموقع الإلكتروني (التصميم والمحتوى) من قبل المتخصصين، (ملحق رقم 1).

<https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=KERFebqH-1EG9FMp51KVjZVS1IQTE0T4FBUNzFLWko8u4czNVRBNjVDQj>

تم بناء الاستمارة حيث شملت على عدد (6) معايير للتقييم ويحتوي كل معيار منها على عدد من البنود الفرعية. وهي:

أ - معيار تشغيل الموقع الإلكتروني.

ب - معيار سمات الشاشة.

ج - معيار اللغة.

د - معيار تصفح الموقع.

هـ - معيار تصميم الموقع.

و - معيار الدقة والحدثة.

2- استمارة (مقياس تقدير) لقياس درجة قبول الموقع الإلكتروني في ضوء متوسطات تقييم المستخدمين، (ملحق رقم 2).

<https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=KERFebqH-1EG9FMp5PI4RSPE6SlpwaeK2NGkCyq5id=KERFebqH-1EG2o1S4VzZUWFpWVIRCQUw0UVQ4FBUNuk8u4WC2MUY>

تم بناء الاستمارة حيث شملت على عدد (2) معايير للتقييم ويحتوي كل معيار منها على عدد من البنود الفرعية. وهي:

أ - معيار خدمات الموقع الإلكتروني.

ب - معيار جودة المنتج.

وقد تم اعدادها وتطبيقها باستخدام تطبيق مايكروسوفت

(forms) وهو أحد التطبيقات التي يوفرها Office 365

وقد استخدمت الدراسة في كلتا الاداتين مقياس ليكرت بتدرجات خمسة وأعطيت الإجابة بدرجة كبير للغاية (5) خمس درجات والإجابة بدرجة كبير (4) أربع درجات والإجابة بدرجة متوسطة (3) ثلاث درجات والإجابة بدرجة ضعيف (2) درجتان والإجابة بدرجة ضعيف للغاية (1) درجة واحدة. وقد اعتمدت الدراسة

Forms (Saved) - استمارة تحكم الموقع الالكتروني (التصميم والمحتوى)

Preview Theme Share

Questions Responses 9

استمارة تحكم الموقع الالكتروني (التصميم والمحتوى)

The survey will take approximately 5 minutes to complete.
تقوم الباحثة بتصميم موقع الكتروني لتسويق نماذج (باترونات) ملابس النساء الخارجية (الجولقة) وعليه الرجاء من سعادتكم التكرم بالاطلاع وتصفح الموقع الالكتروني وتقييمه من وجه نظر سعادتكم وفقاً لبنود الاستمارة

الدخول الى الموقع من خلال الرابط التالي
<https://eslamalieq.wixsite.com/patronest>

وتفضلوا بقبول وافر الشكر والتقدير

Estimated time to complete: 5 mins
To increase response rate, give people a heads up about how long it will take to complete the survey. We suggest adding this information to your subtitle.
Got it Update

Forms (Saved) - استمارة تحكم الموقع الالكتروني (التصميم والمحتوى)

Preview Theme Share

Questions Responses 9

1. اولاً: البيانات الشخصية
الاسم (اختياري)

Enter your answer

2. الجنس *

ذكر
 انثى

3. جهة العمل *

Enter your answer

Estimated time to complete: 5 mins
To increase response rate, give people a heads up about how long it will take to complete the survey. We suggest adding this information to your subtitle.
Got it Update

Forms (Saved) - استمارة تحكم الموقع الالكتروني (التصميم والمحتوى)

Preview Theme Share

Questions Responses 9

6. ثانياً: معايير تقييم الموقع الالكتروني
أ - تشغيل الموقع الالكتروني
1 - سهولة الدخول إلى الموقع الإلكتروني والخروج منه -
درجة التوافق
1= ضعيف للغاية
2= ضعيف
3= متوسط
4= كبير
5= كبير للغاية

1 2 3 4 5

7.3 - ربط كل شاشة بالشاشة السابقة والشاشة اللاحقة في الموقع الإلكتروني -

1 2 3 4 5

Estimated time to complete: 5 mins
To increase response rate, give people a heads up about how long it will take to complete the survey. We suggest adding this information to your subtitle.
Got it Update

Back Computer Mobile

استمارة (مقياس تقدير) لقياس درجة قبول الموقع الالكتروني في ضوء متوسطات تقييم المستخدمين

نقدم لكم موقع الكتروني لتسويق نماذج (باترونات) ملابس النساء الخارجية (الجولقة) وعليه الرجاء من سعادتكم التكرم بالاطلاع وتصفح الموقع الالكتروني واستخدامه وتقييمه من وجه نظر سعادتكم وفقاً لبنود الاستمارة

الدخول الى الموقع من خلال الرابط التالي
<https://eslamalieq.wixsite.com/patronest>

وتفضلوا بقبول وافر الشكر والتقدير

Hi Zainab, when you submit this form, the owner will be able to see your name and email address.

* Required

← Back Computer Mobile

1. المعيار الأول : خدمات الموقع
* سهولة استخدام الموقع -1

1 2 3 4 5
○ ○ ○ ○ ○

2. توافر جميع المعلومات عن المنتج *
1 2 3 4 5
○ ○ ○ ○ ○

3. إمكانية ارجاع السلعة او استبدالها في حال عدم مطابقتها للمطلوب *
1 2 3 4 5
○ ○ ○ ○ ○

4. يتيح الموقع وسائل مساعدة للمتصفح للوصول لهدفة *
← Back Computer Mobile

5. المعيار الثاني: جودة المنتج
* المنتج مطابق للمعلومات المتاحة على الموقع

1 2 3 4 5
○ ○ ○ ○ ○

6. المنتج مؤمن ومغلف بشكل جيد *
1 2 3 4 5
○ ○ ○ ○ ○

7. استلام الطلبات آمن *
1 2 3 4 5
○ ○ ○ ○ ○

Submit

التعديلات المطلوبة من قبل المحكمين عليه.

رابط الموقع

<https://eslamalieg.wixsite.com/patronest>

خامساً: مرحلة التقييم:

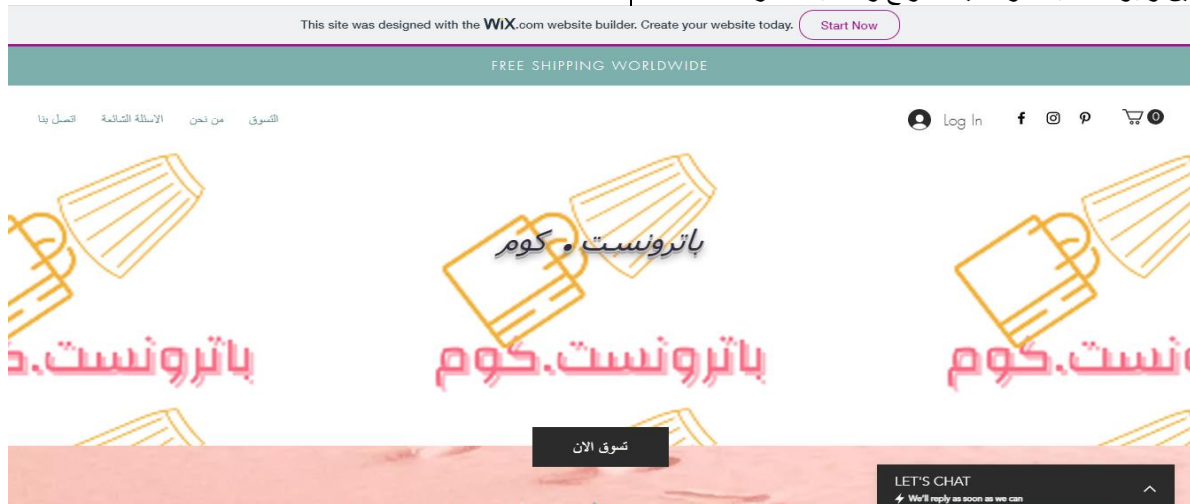
قامت الدراسة بنشر استمارة (مقياس تقدير) لقياس درجة قبول الموقع الإلكتروني في ضوء متوسطات تقييم المستخدمين، (ملحق رقم 2). وإرسالها إلى أفراد العينة (المستخدمين)، وكانت الأداة مرفقة بتعليمات توضح أهمية الدراسة وهدفها. وقد أجاب على فقرات الاستبانة كل أفراد العينة والتي بلغت عدد (10) مستخدماً. وفيما يلي عرض لاهم واجهات الموقع الإلكتروني:

ثالثاً- مرحلة التقييم:

قامت الدراسة بتنظيم محتوى الموقع الإلكتروني وإعداده بالصورة السليمة ثم عرضه على السادة المتخصصين مرفق معة استمارة تحكيم الموقع الإلكتروني (التصميم والمحتوى) (ملحق رقم 1) وذلك لإبداء الرأي في محتوى الموقع الإلكتروني، بالإضافة إلى مدى مناسبة تصميم الموقع للموضوع وللهدف وللغة المستهدفة، وأقروا جميعهم بصلاحيته المحتوى مع بعض التعديلات البسيطة. وقامت الدراسة بإجراء التعديلات المطلوبة وإخراج الموقع في صورته النهائية.

رابعاً - مرحلة نشر الموقع الإلكتروني:

تم نشر الموقع الإلكتروني في صورته النهائية والإعلان عنه للمستخدمين وقبول الطلبات وتشغيل الموقع وذلك بعد اجراء



This site was designed with the **WIX.com** website builder. Create your website today. [Start Now](#)

FREE SHIPPING WORLDWIDE

التسوق من نحن الاسئلة الشائعة اتصل بنا

Log In f @ p 🛒

سوق الان

عرض المنتجات

This site was designed with the **WIX.com** website builder. Create your website today. [Start Now](#)

FREE SHIPPING WORLDWIDE

التسوق من نحن الاسئلة الشائعة اتصل بنا

Log In f @ p 🛒

LET'S CHAT
We'll reply as soon as we can

This site was designed with the **WIX.com** website builder. Create your website today. [Start Now](#)

FREE SHIPPING WORLDWIDE

التسوق من نحن الاسئلة الشائعة اتصل بنا

Log In f @ p 🛒

LET'S CHAT
We'll reply as soon as we can

جونلة بقصة وكروازية EGP50.00

جونلة كروازية ودرابية EGP60.00

جونلة قصات وكرانيش EGP60.00

This site was designed with the **WIX.com** website builder. Create your website today. [Start Now](#)

FREE SHIPPING WORLDWIDE

التسوق من نحن الاسئلة الشائعة اتصل بنا

Log In f @ p 🛒

LET'S CHAT
We'll reply as soon as we can

جونلة قصات EGP50,00

Quantity: 1

Add to Cart

Buy Now

This site was designed with the **WIX.com** website builder. Create your website today. [Start Now](#)

FREE SHIPPING WORLDWIDE

التسوق من نحن الاسئلة الشائعة اتصل بنا

Log In f @ p 🛒

من نحن

باترونست.كوم متجر الكتروني لتسويق نماذج (باترونات) جاهزة لانواع ملابس النساء الخارجية ، نحن نقدم الباترون جاهز تماما للاستخدام مع توضيح لقطع الباترون المختلفة وكمية القماش المطلوبة لتنفيذ الموديل وبعض الارشادات الخاصة باختيار خامة النسيج الملائمة لتنفيذ القطعة الملابسية وشرح توضيحي لطريقة وضع الباترون على القماش لتقليل الهدر من الخامة والحصول على قطعة ملابسية تامة الضبط

باترونست.كوم يوفر باترونات جاهزة بالمقاسات القياسية بالإضافة الى امكانية تجهيز باترونات خاصة بالمقاسات الشخصية

LET'S CHAT

This site was designed with the **WIX**.com website builder. Create your website today. [Start Now](#)

FREE SHIPPING WORLDWIDE

التسوق من نحن الأسئلة الشائعة اتصل بنا

Log In f @ p 🛒

الاسئلة الشائعة

Frequently asked questions

ما هو باترونست . كوم

ما هو الملف الشخصي لعملاء باترونست .كوم؟

هل الأسعار قابلة للتفاوض

LET'S CHAT
We'll reply as soon as we can

This site was designed with the **WIX**.com website builder. Create your website today. [Start Now](#)

FREE SHIPPING WORLDWIDE

التسوق من نحن الأسئلة الشائعة اتصل بنا

Log In f @ p 🛒

اتصل بنا

خدمة العملاء

24/7
متواجدين دائما
على مدار الاسبوع

موبيل :
(+2)01012426592

LET'S CHAT
We'll reply as soon as we can

This site was designed with the **WIX**.com website builder. Create your website today. [Start Now](#)

FREE SHIPPING WORLDWIDE

التسوق من نحن الأسئلة الشائعة اتصل بنا

Log In f @ p 🛒

لا يفوتك عروضنا الخاصة والعروض الجديدة

Enter your email here*

Subscribe Now

SHOP ABOUT CONTACT FAQ SHIPPING & RETURN STORE POLICY

© 2023 by Jud. Proudly created with Wix.com

LET'S CHAT
We'll reply as soon as we can

النساء الخارجية.

2- موقع التجارة الالكتروني المقترح يلقي قبول من المستخدمين.

اولاً - نتائج الفرض الأول للبحث:

- ينص الفرض الأول على أنه " يمكن تصميم موقع تجارة الالكتروني فعال لبيع نماذج ملابس النساء الخارجية. " واختبار صحة هذا الفرض، استخدمت الدراسة عينة الدراسة من عدد (20) من المتخصصين (في مجال المواقع الالكترونية، والمتخصصين في مجال الملابس) ولجمع البيانات قامت

تحليل النتائج: Results

هدف البحث الى تصميم موقع الكتروني لتسويق نماذج ملابس النساء الخارجية وقياس مدى فاعليته في توفير نماذج (باترونات) جاهزة بالمقاسات القياسية او المقاسات الشخصية لعدد من تصميمات ملابس النساء الخارجية المتنوعة، وكذلك تحديد مدى قبول الموقع الالكتروني من قبل المستخدمين. ولحتى يمكن قياس مدى تحقق الاهداف تم صياغة فروض البحث في فرضين هما:
1- يمكن تصميم موقع تجارة الكتروني فعال لبيع نماذج ملابس

الدراسة إلى أن درجة توفر معيار التصفح، الدقة والحدثة جاءت في المرتبة الأخيرة بدرجة توافر كبيرة للغاية أيضاً. وفيما يلي عرض لنتائج كل معيار من المعايير:

1. معيار تشغيل الموقع الإلكتروني: يبين الجدول رقم (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود معيار تشغيل الموقع الإلكتروني.

جدول رقم (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود معيار تشغيل الموقع الإلكتروني

| رقم البند | البند | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الرتبة | درجة التوافر |
|-----------|---|-----------------|-------------------|--------|--------------|
| 1 | سهولة الدخول إلى الموقع الإلكتروني والخروج منه. | 4.65 | 0.58 | 1 | كبير للغاية |
| 2 | الإيكونات مفهومة وتعطي معنى لوظيفتها الحقيقية. | 4.25 | 0.339 | 3 | كبير للغاية |
| 3 | إيكونات التحكم مستخدمة بانسجام. | 4.5 | 0.51 | 2 | كبير للغاية |
| 4 | ربط كل شاشة بالشاشة السابقة والشاشة اللاحقة في الموقع الإلكتروني. | 4.25 | 0.339 | 3 | كبير للغاية |
| | الدرجة الكلية للمعيار | 4.41 | 0.44 | | كبير للغاية |

لوظيفتها الحقيقية، ربط كل شاشة بالشاشة السابقة والشاشة اللاحقة في الموقع الإلكتروني بمتوسط حسابي (4.25) وانحراف معياري (0.339) وبدرجة توافر كبير للغاية.

2 - معيار سمات الشاشة: يبين الجدول رقم (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود معيار سمات الشاشة.

جدول رقم (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود معيار سمات الشاشة

| رقم البند | البند | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الرتبة | درجة التوافر |
|-----------|---|-----------------|-------------------|--------|--------------|
| 5 | الشاشة منظمة ويمكن التنقل بين محتوياتها بسهولة | 4.55 | 0.60 | 1 | كبير للغاية |
| 6 | مظهر الشاشة يناسب محتوى المعلومات المعروضة على الموقع | 4.45 | 0.60 | 2 | كبير للغاية |
| 7 | الشاشات متناسقة ومنسجمة في الموقع | 4.1 | 0.78 | 7 | كبير |
| 8 | الألوان في الشاشات متباينة لراحة العين | 4.3 | 0.80 | 4 | كبير للغاية |
| 9 | الصفحة الرئيسية في الموقع قصيرة وبمبسطة | 4.3 | 0.80 | 4 | كبير للغاية |
| 10 | الشاشات غير مزدحمة بالمعلومات | 4.35 | 0.81 | 3 | كبير للغاية |
| 11 | الألوان والصور تقود المستخدم إلى المعلومات بشكل مناسب | 4.15 | 1.038 | 6 | كبير |
| 12 | الموقع الإلكتروني يشد النظر والانتباه | 4.2 | 0.77 | 5 | كبير للغاية |
| | الدرجة الكلية للمعيار | 4.3 | 0.76 | | كبير للغاية |

لغاية، وجاء في المرتبة الأخيرة بند (7) الشاشات متناسقة ومنسجمة في الموقع "بمتوسط حسابي (4.1) وانحراف معياري (0.78) وبدرجة توافر كبيرة.

3 - معيار اللغة: يبين الجدول رقم (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود معيار اللغة.

جدول رقم (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود معيار اللغة

| رقم البند | البند | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الرتبة | درجة التوافر |
|-----------|--|-----------------|-------------------|--------|--------------|
| 13 | نمط الكتابة واضح ومباشر في الموقع | 4.45 | 0.60 | 2 | كبير للغاية |
| 14 | تم استخدام الكلمات والمصطلحات العلمية المعروفة والمألوفة | 4.65 | 0.58 | 1 | كبير للغاية |
| 15 | الرموز والاختصارات محددة وشائعة الاستخدام | 4.3 | 0.80 | 3 | كبير للغاية |
| 16 | التعليمات مبسطة وسهلة الفهم وواضحة للمستخدم | 4.45 | 0.60 | 2 | كبير للغاية |
| 17 | النصوص صيغت بطريقة علمية ومشجعة للمستخدم | 4.05 | 1.14 | 4 | كبير |
| | المتوسط الكلي للمعيار | 4.35 | 0.62 | | كبير للغاية |

وقد جاءت الفقرة (14) " تم استخدام الكلمات والمصطلحات العلمية المعروفة والمألوفة " في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (4.65)

الدراسة بتصميم استمارة مكونة من (36) بند موزعة على ستة معايير وهي: معيار تشغيل الموقع الإلكتروني - معيار سمات الشاشة - معيار اللغة - معيار تصفح الموقع - معيار تصميم الموقع - معيار الدقة والحدثة، وللإجابة عن فرض البحث الأول استخدمت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. وأشارت نتائج البحث إلى أن درجة توفر معيار التصميم جاءت في المرتبة الأولى بدرجة توافر كبيرة للغاية. كما أشارت نتائج

يبين من الجدول رقم (3) أن درجة توافر معيار تشغيل الموقع الإلكتروني جاءت بدرجة كبيرة للغاية وبمتوسط حسابي (4.41) وانحراف معياري (0.44). وقد جاء بند (1) "سهولة الدخول إلى الموقع الإلكتروني في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (4.65) وانحراف معياري (0.58) وبدرجة توافر كبير للغاية، وجاء في المرتبة الأخيرة بند (2)، (4) " الإيكونات مفهومة وتعطي معنى

يبين من الجدول رقم (4) أن درجة توافر معيار تشغيل الموقع الإلكتروني جاءت بدرجة كبيرة للغاية وبمتوسط حسابي (4.3) وانحراف معياري (0.76). وقد جاء بند (1) " الشاشة منظمة ويمكن التنقل بين محتوياتها بسهولة في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (4.55) وانحراف معياري (0.60) وبدرجة توافر كبير

يبين من الجدول رقم (5) أن درجة توفر معيار اللغة جاءت بدرجة كبيرة جداً وبمتوسط حسابي (4.35) وانحراف معياري (0.62).

وانحراف معياري (0.58) وبدرجة توفر كبيرة للغاية، وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة (17) "النصوص صيغت بطريقة علمية ومشجعة للمستخدم" بمتوسط حسابي (4.05) وانحراف معياري (1.14) وبدرجة توفر كبيرة. **4 - معيار التصفح:** يبين الجدول رقم (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود معيار التصفح.

جدول رقم (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود معيار التصفح

| رقم البند | البند | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الرتبة | درجة التوافر |
|-----------|--|-----------------|-------------------|--------|--------------|
| 18 | جميع الارتباطات في الموقع تعمل بشكل صحيح | 4.65 | 0.58 | 1 | كبير للغاية |
| 19 | هناك ارتباطات تشعبية تمكن المستخدم من العودة إلى الصفحة الرئيسية في أي وقت | 4.15 | 1.03 | 6 | كبير |
| 20 | الارتباطات في الموقع الإلكتروني تم ترميزها بشكل واضح | 4.25 | 0.33 | 5 | كبير للغاية |
| 21 | خيارات التصفح محددة ومفصلة بوضوح | 4.4 | 0.68 | 2 | كبير للغاية |
| 22 | الارتباطات مناسبة ومساعدة وكافية | 4.3 | 0.80 | 4 | كبير للغاية |
| 23 | تم إعطاء تسمية للروابط والوصلات حسب المضمون وال URL الخاص بالصفحة | 4.35 | 0.81 | 3 | كبير للغاية |
| 24 | يلتزم الموقع بنمط واحد للارتباطات في جمع الشاشات من حيث اللون والحجم والشكل | 4.25 | 0.33 | 5 | كبير للغاية |
| 25 | يتوافر في الموقع الإلكتروني استعمال وصلات العودة إلى أعلى في نهاية الصفحات الطويلة | 4.15 | 1.03 | 6 | كبير |
| | الدرجة الكلية للمعيار | 4.41 | 4.26 | 0.31 | |

المستخدم من العودة إلى الصفحة الرئيسية في أي وقت، يتوفر في الموقع الإلكتروني استعمال وصلات العودة إلى أعلى في نهاية الصفحات الطويلة" بمتوسط حسابي (4.15) وانحراف معياري (1.03) وبدرجة توافر كبيرة.

5. معيار التصميم: يبين الجدول رقم (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود معيار التصميم.

جدول رقم (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود معيار التصميم

| رقم البند | البند | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الرتبة | درجة التوافر |
|-----------|---|-----------------|-------------------|--------|--------------|
| 26 | تنسيق الموقع مناسب للموضوع والوظيفة التي وضع من أجلها | 4.45 | 0.60 | 4 | كبير للغاية |
| 27 | تم استعمال ألوان آمنة للمتصفح | 4.4 | 0.68 | 5 | كبير للغاية |
| 28 | التصميم جيد ويوجه المستخدم نحو المعلومات مباشرة | 4.65 | 0.85 | 1 | كبير للغاية |
| 29 | تم كتابة الموقع بلغة برمجة سهلة والموقع يظهر بنفس الشكل إذا ما فتح على متصفحات مختلفة | 4.1 | 0.78 | 7 | كبير |
| 30 | تجنب استخدام الصور الصغيرة غير المفهومة ذات العلاقة بالموقع الإلكتروني | 4.55 | 0.60 | 2 | كبير للغاية |
| 31 | تجنب عرض الصور على أنها وصلات في الموقع الإلكتروني | 4.5 | 1.14 | 3 | كبير للغاية |
| 32 | استخدام وسائل جذب الانتباه مثل الخط الغامق والخط المائل بشكل مناسب | 4.15 | 1.038 | 6 | كبير |
| | المتوسط الكلي للمعيار | 4.42 | 0.62 | | كبير للغاية |

بلغة برمجة سهلة والموقع يظهر بنفس الشكل إذا ما فتح على متصفحات مختلفة " بمتوسط حسابي (4.1) وانحراف معياري (0.78) وبدرجة توافر كبيرة.

6. معيار الدقة والحدثة: يبين الجدول رقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود معيار الدقة والحدثة.

يتبين من الجدول رقم (6) أن درجة توفر معيار التصفح جاءت بدرجة كبيرة للغاية وبمتوسط حسابي (4.26) وانحراف معياري (0.31). وقد جاءت الفقرة (18) " جميع الارتباطات في الموقع تعمل بشكل صحيح " في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (4.5) وانحراف معياري (0.51) وبدرجة توفر كبيرة للغاية، وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة (19،25) " هناك ارتباطات تشعبية تمكن

يتبين من الجدول رقم (7) أن درجة توفر معايير التصميم جاءت بدرجة كبير للغاية وبمتوسط حسابي (4.42) وانحراف معياري (0.62). وقد جاءت الفقرة (28) " التصميم جيد ويوجه المستخدم نحو المعلومات مباشرة " في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (4.65) وانحراف معياري (0.85) وبدرجة توفر كبيرة للغاية، وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة (29) " تم كتابة الموقع

جدول رقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات لبنود معيار الدقة والحدثة

| رقم البند | البند | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الرتبة | درجة التوافر |
|-----------|---|-----------------|-------------------|--------|--------------|
| 33 | لا يوجد أخطاء مطبعية وإملائية ونحوية في عرض المعلومات على الموقع الإلكتروني | 4.35 | 0.81 | 1 | كبير للغاية |
| 34 | يتم التحديث بشكل مستمر للموقع من الناحيتين العلمية والفنية | 4.15 | 1.038 | 4 | كبير |
| 35 | سهولة تحديث الموقع وتعديله | 4.3 | 0.80 | 2 | كبيرة للغاية |
| 36 | وجود تعليمات لاستخدام الموقع | 4.25 | 0.33 | 3 | كبيرة للغاية |
| | الدرجة الكلية للمجال | 4.26 | 0.40 | | كبيرة للغاية |

استخدمت الدراسة عينة الدراسة من عدد (20) من المستخدمين ولجمع البيانات قامت الدراسة بتصميم استمارة مكونة من (7) بنود موزعة على معيارين وهما: خدمات الموقع، جودة المنتج. وللإجابة عن فرض البحث الثاني استخدمت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وأشارت نتائج البحث إلى أن درجة توفر معيار جودة المنتج جاءت في المرتبة الأولى بدرجة توافر كبيرة للغاية. كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن درجة توفر معيار خدمات الموقع جاءت في المرتبة الثانية بدرجة توافر كبيرة للغاية أيضاً. وفيما يلي عرض لنتائج كل معيار من المعايير:

1. معيار خدمات الموقع: يبين الجدول رقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود معيار خدمات الموقع.

جدول رقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود معيار خدمات الموقع

| رقم البند | البند | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الرتبة | درجة التوافر |
|-----------|--|-----------------|-------------------|--------|--------------|
| 1 | سهولة استخدام الموقع الإلكتروني. | 4.65 | 0.85 | 1 | كبير للغاية |
| 2 | توافر جميع المعلومات عن المنتج. | 4.3 | 0.80 | 2 | كبيرة للغاية |
| 3 | إمكانية ارجاع السلعة أو استبدالها في حال عدم مطابقتها للمطلوب. | 4.5 | 0.51 | 3 | كبير للغاية |
| 4 | يتيح الموقع وسائل مساعدة للمتصفح للوصول لهدفة. | 4.25 | 0.339 | 4 | كبير للغاية |
| | الدرجة الكلية للمعيار | 4.42 | 0.62 | | كبيرة للغاية |

بند (4) " يتيح الموقع وسائل مساعدة للمتصفح للوصول لهدفة " بمتوسط حسابي (4.25) وانحراف معياري (0.339) وبدرجة توافر كبير للغاية.

2. معيار جودة المنتج: يبين الجدول رقم (10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود معيار جودة المنتج.

جدول رقم (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود معيار جودة المنتج

| رقم البند | البند | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الرتبة | درجة التوافر |
|-----------|--|-----------------|-------------------|--------|--------------|
| 5 | المنتج مطابق للمعلومات المتاحة على الموقع. | 4.65 | 0.58 | 1 | كبير للغاية |
| 6 | المنتج مؤمن ومغلف بشكل جيد. | 4.25 | 0.339 | 3 | كبير للغاية |
| 7 | استلام الطلبات امن. | 4.5 | 0.51 | 2 | كبير للغاية |
| 5 | المنتج مطابق للمعلومات المتاحة على الموقع. | 4.65 | 0.58 | 1 | كبير للغاية |
| | الدرجة الكلية للمعيار | 4.41 | 0.44 | | كبير للغاية |

2 - الموقع الإلكتروني أثبت فاعليته في تسويق نماذج ملابس النساء الخارجية.

3 - نجح الموقع الإلكتروني في توفير نماذج (باترونات) جاهزة بالمقاسات القياسية أو المقاسات الشخصية لعدد من تصميمات ملابس النساء الخارجية المتنوعة.

4 - الموقع الإلكتروني المصمم حظي على قبول المستخدمين.

التوصيات: Recommendations

- 1- الاستفادة من موضوع الدراسة في عمل مشاريع صغيرة، بإنتاج مشغولات من إعادة التدوير وتطرح في الأسواق
- 2- زيادة الوعي بأهمية إعادة التدوير في زيادة الدخل

يُبين من الجدول رقم (8) أن درجة توفر معايير الدقة والحدثة جاءت بدرجة كبير للغاية وبمتوسط حسابي (4.26) وانحراف معياري (0.40). وقد جاءت الفقرة (33) " لا يوجد أخطاء مطبعية وإملائية ونحوية في عرض المعلومات على الموقع الإلكتروني " في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (4.35) وانحراف معياري (0.81) وبدرجة توفر كبيرة للغاية، وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة (34) " يتم التحديث بشكل مستمر للموقع من الناحيتين العلمية والفنية " بمتوسط حسابي (4.15) وانحراف معياري (1.038) وبدرجة توافر كبيرة.

ثانياً - نتائج الفرض الثاني للبحث:

- ينص الفرض الثاني على " موقع التجارة الإلكتروني المقترح يقبل قبول من المستخدمين " ولاختبار صحة هذا الفرض،

يُبين من الجدول رقم (9) أن درجة توافر معيار خدمات الموقع جاءت بدرجة كبيرة للغاية وبمتوسط حسابي (4.42) وانحراف معياري (0.62). وقد جاء بند (1) "سهولة استخدام الموقع الإلكتروني في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (4.65) وانحراف معياري (0.85) وبدرجة توفر كبير للغاية، وجاء في المرتبة الثانية

يُبين من الجدول رقم (10) أن درجة توافر معيار جودة المنتج جاءت بدرجة كبيرة للغاية وبمتوسط حسابي (4.41) وانحراف معياري (0.44). وقد جاء بند (5) " المنتج مطابق للمعلومات المتاحة على الموقع في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (4.65) وانحراف معياري (0.58) وبدرجة توفر كبير للغاية، وجاء في المرتبة الأخيرة بند (6) " المنتج مؤمن ومغلف بشكل جيد بمتوسط حسابي (4.25) وانحراف معياري (0.339) وبدرجة توافر كبير للغاية.

ملخص النتائج: Conclusion

- 1 - تمكنت الدراسة من تصميم موقع تجارة الكتروني لتسويق نماذج (باترونات) ملابس النساء الخارجية.

- الأردنية، الأردن، 2005.
18. عبد الخالق نجم، نجم عبود، الإدارة الإلكترونية- الإستراتيجية والوظائف والمشكلات، الرياض: دار المريخ، 2006
 19. رأفت رضوان، رشاد عوض، ولاء الحسيني: الضرائب في عالم الاعمال الإلكترونية - مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية - المعهد العربي للتخطيط، الكويت، المجلد الثاني، العدد الثاني، يوليو 2000 م.
 20. محمد السيد محمد حسن: تصميم وتنفيذ الباترون، كلية التربية بالاسماعيلية، جامعة قناة السويس، 2009م.
 21. بنت مفيد: فن التفصيل والخياطة، أكاديمية بنت مفيد لتعليم الخياطة، 2016.
 22. https://www.youtube.com/playlist?list=PLObfXUFZOV7IPJ_-oQAMURfkJQtk5jN-Z خياطة. ب: 2019
 23. " دليل ريادة الاعمال: كيفية تصميم و انشاء متجر الكتروني احترافي من الصفر - دليل شامل " مؤرشف من الأصل في 03 يونيو 2021. اطلع عليه بتاريخ 05 يونيو 2021. <https://web.archive.org/web/>
 24. - تيموثي شيم، استعراض بكس، تاريخ النشر: 11 أكتوبر 2017 - تحديث: 5 يناير 2021 <https://www.webhostingsecretrevealed.net/ar/sit/ebuilder-review/wix-review>
 - 25 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
 - 26 Hilal Ozen and Nil Engizek "Shopping online without thinking: being emotional or rational?", Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 26 Iss 1 pp78 – 93 .
 - 27 Marianne Kulmala, Nina Mesiranta and Pekka Tuominen, (2013): "Organic and amplified eWOM in consumer fashion blogs", Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, Vol. 17 Iss 1 pp.20 – 37
 - 28 Internet World Stats, Internet Users In the World, 2020
 - 29 Hilde, Jaffe, Nurie, Relis: Draping for Design, 4th edition, Pearson Education, Inc, Upper Saddle River, New Jersey, USA, 2004.
 - 30 <https://blog.uniquez.co/>
 - 31 <https://www.webhostingsecretrevealed.net/ar/sit/ebuilder-review/wix-review/>
 - 32 Webb, Kevin L, Managing channels of distribution in the age of electronic commerce, industrial marketing management (IMM) vol3,2 feb,2002
 - 33 Margaret Eldridge ,Security&Privacy for E-Business, John Wiley Canada, 2001

- الاقتصادي والحفاظ على البيئة.
- 3- ضرورة الإهتمام بذوي الإعاقات السمعية وعمل برامج تدريبية لهم في مختلف المجالات وذلك لقدراتهم العالية وخصوصاً في مجال الأشغال اليدوية.
 - 4- الإهتمام بذوي الاحتياجات الخاصة وتقديم البرامج التدريبية المناسبة لقدراتهم لتنمية مهاراتهم واكسابهم الثقة بالنفس لدمجهم في المجتمع بفاعلية
- ### المراجع References
1. عبد السلام ابو قحف وآخرون، (2006): التسويق الإلكتروني، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة.
 2. زينب عبد الحفيظ فرغلي: " الملابس الجاهزة بين الاعداد والانتاج " ط1، القاهرة، دار الفكر العربي، 2001.
 3. نفيسة أحمد أحمد علوان (2012م)، إمكانية تطوير تصميم نموذج الكورساج النسائي باستخدام شبكة المعلومات الدولية، رسالة دكتوراه، قسم الملابس والنسيج، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
 4. خالد محمود الشيخ: "تسويق الملابس عبر الانترنت في مصر ومعوقات التجارة الإلكترونية"، مجلة التصميم الدولية، المجلد السابع، العدد الثاني، ابريل 2017م.
 5. يوسف حبيب الطائي، هاشم فوزي العبادي: التسويق الإلكتروني، مؤسسة الوراق للنشر والطباعة، ط1، عمان، 2009م
 6. ناجي معلا، رائف توفيق: أصول التسويق مدخل تحليلي، الطبعة الرابعة، دار وائل، الأردن، 2010م.
 7. نجود عمر صالح، اميمة احمد سليمان: تصميم وحدة تعليمية باستخدام الوسائط المتعددة لتعليم رسم نماذج متنوعة للقيص النسائي باستخدام برنامج (Gerber) ، مجلة التصميم الدولية ، مجلد 11، العدد 3، 2021م.
 8. حميد الطائي: البيع الشخصي والتسويق المباشر، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2009م.
 9. محمد عبد العظيم أبو النجا، التسويق الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008م.
 10. ام الخير زيوش، خالد قاشي: التسويق في ظل مواقع الشبكات الاجتماعية (التسويق عبر الفايبروك أنموذجاً)، مجلة دفاتر اقتصادية، العدد 10، المجلد 3، الجزائر، 2018م.
 11. جبريل، سعيد صالح، واقع التجارة الإلكترونية في فلسطين والتحديات المستقبلية، رسالة ماجستير، غزة: جامعة الأزهر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، 2012
 12. عرفه، محمد، آثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الكلي للدولة، مجلة الاقتصادية، النسخة الإلكترونية، 6 مارس 2009،
 13. علام، رشيد، عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، 2010
 14. ديمش، سميرة، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة منتوري- قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير، 2011.
 15. رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 1999م.
 16. رمضان، مدحت، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة، القاهرة: دار النهضة العربية، 2001.
 17. الشيخ، فؤاد، عواد، محمد سلمان، "المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 1، العدد 1، مطبعة الجامعة