

دراسة تحليلية لأساليب ضبط القياس (Fitting) بصرياً بمواقع ماركات الأزياء إلكترونياً.  
**An Analytical Study of the Methods of Visually (Fitting) On The Websites  
of Fashion Brands Electronically**

أ.د/ مصطفى حسين كمال

أستاذ بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

**Prof. Mustafa Hussein Kamal**

Professor, Department of Advertising - Faculty of Applied Arts - Helwan University

أ.د/ عمرو جمال الدين حسونة

أستاذ بقسم الملابس الجاهزة - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

**Prof. Dr. Amr Gamal Hassouna**

Apparel Design and Management Department, Faculty of Applied Arts, Helwan  
University

[Hassouna.amr.1031972@gmail.com](mailto:Hassouna.amr.1031972@gmail.com)

م.م / شيماء علاء الدين أحمد أحمد

مدرس مساعد بالمعهد العالي للفنون التطبيقية - بالسادس من أكتوبر - قسم الموضة

**Assist. Lec. Shymaa Alaa El-Deen Ahmed Ahmed**

Assistant Lecturer at the Higher Institute of Applied Arts. 6th Of October, Fashion  
Department

[drshymaa4877@gmail.com](mailto:drshymaa4877@gmail.com)

ملخص البحث:

إن صناعة الملابس في مصر تتمتع بالعديد من المميزات التي تمكنها من النفاذ إلى الأسواق العالمية، إلا أن هناك عوامل اقتصادية وتقنية أدت للأضرار بهذه الصناعة، من أهمها عدم الاهتمام ببحوث التسويق، مما يساعد على ضعف القدرة التنافسية في الأسواق محلياً وعالمياً، بالإضافة إلى اعتماد صناعة الموضة على كل من رغبات واحتياجات المستهلكين المتغيرة بصفة مستمرة.

وقد أدى ظهور الانترنت وتطور تقنياته الي استخدامه في الأنشطة التسويقية لماركات الملابس، فوجود موقع الكتروني لماركات الملابس لم يعد أمر كافي في الوقت الراهن، بل عليها أن تمتلك عروض تفاعلية تتعدى المنتجات المعروضة، فأصبحت الوسائل التفاعلية بمثابة التحول الفكري في مجال التسويق والاتصالات، حيث تعمل الوسائل التفاعلية على تغيير وسائل الاتصالات التسويقية من عملية ذات اتجاه واحد الي عملية ذات اتجاهين من خلال التفاعل الحادث بين كل من المنشأة والمستهلك، وبناء على ذلك تم اجراء دراسة استطلاعية على المواقع الالكترونية في مجال الملابس الجاهزة، لخصر المحتوى التفاعلي على تلك المواقع وكان من نتائجها اهتمام الماركات العالمية بالتفاعل مع مستهلكيها، ومخاطبتهم بشكل شخصي، تأكيداً لأهمية التفاعل، وتكوين مجتمع افتراضي من خلال التواجد الالكتروني، سواء عن طريق الموقع الالكتروني او صفحة الفيس بوك او غيرها وتم بعد هذه الدراسة تنفيذ الخطوات العملية التطبيقية التالية: "تصميم تقنية تفاعلية في مجال الملابس الجاهزة". دراسة ميدانية الكترونية على الموقع الالكتروني لاحد الماركات في مجال الملابس الجاهزة.

**الكلمات الدالة:**

ضبط القياس - المواقع الإلكترونية - ماركات الأزياء.

**Abstract:**

The clothing industry in Egypt has many advantages that enable it to access the global markets, but there are economic and technical factors that have led to damage this industry, the most important factor is the lack of interest in marketing research, which helps in weakening the competitiveness in the markets locally and globally. In addition to the dependence of the fashion industry depends on the constant changing of consumer needs and preferences. Therefore, it is a vital activity to study the consumer now, because of the intensity of competition and the widening of the available alternatives to the consumer on one hand, and the change and diversity of his needs and desires on the other hand. Which has led the productive policies of enterprises to be shifted from the production concept to the marketing concept, which mean to produce what can be sold, not to sell what can be produced. Accordingly, an exploratory study was carried out on the websites in the field of apparel to learn about Interactive content on those sites. And one of its results was the interest of international brands in interacting with their consumers, addressing them personally, emphasizing the importance of interaction, and creating a virtual community through electronic presence, whether it is a website or a Facebook page or any other interactive methods. Then after this exploratory study, the following practical steps were implemented: - Designing an interactive technology in the field of apparel. - An electronic field study on a website of one of the brands in the field of apparel.

**Keywords:**

Fitting – The Websites of fashion – Brands Electronically.

**مقدمة البحث:**

1. في ظل جائحة كورونا يصعب على المستهلكين نزول المحلات التجارية لاختيار الأزياء الخاصة بهم ويصعب على المستهلكين قياس أكثر من قطعة داخل المحل التجاري لتفادي الزحام الخروج والدخول إلي غرفة القياس أكثر من مرة. هناك مواقع إلكترونية عديدة خاصة بالأزياء يقوم بها المستهلك باختيار الزي المناسب عن طريق تقنية الواقع المعزز واستخدام أساليب ضبط القياس Fitting والتفاعل معها بسهولة والتمتع بالاختيار والتنسيق لعدد أكبر من الأزياء دون اللجوء لغرفة القياس.

2. في جائحة كورونا تلجأ معظم الماركات الخاصة بالأزياء للمواقع الإلكترونية كأسلوب من أساليب الترويج الحديث وعرض ووصف كل ما هو داخل الماركة التجارية الخاصة بهم، ومع التطور التكنولوجي ظهرت تكنولوجيا الواقع المعزز وتطبيقها في مجالات عديدة عامة ومجالات الموضة والأزياء خاصة والاستفادة من هذه التكنولوجيا والأساليب التسويقية والترويجية للأزياء، وأصبحت الفرصة عظيمة أمام المستهلكين في تمكينهم والتعایش في بيئات افتراضية ممتعة فيسافر المستخدم عبر الماضي والمستقبل لمشاهدة كل ما هو جديد في عالم الموضة والأزياء مع ماركات متعدد خاصة بالأزياء أو أن يعيش المستخدم أجواء العملية الترويجية والتسويقية بشكل تفاعلي ممتع وأن يري الزي عليه ويرى الشكل النهائي قبل شرائه ويتم توظيف كل ذلك في العالم الافتراضي في لحظات، ويسهل عليه الاختيار دون الاحتياج إلى غرفة القياس في الحقيقة مما يؤدي إلي توفير الوقت والجهد والمال المهديين من هذه العملية .

## أهداف البحث :

1. تحليل معلومات عن مواقع ماركات الأزياء الالكترونية التي تستخدم تقنية ضبط القياس (fitting) كبديل لغرفة القياس كتطبيق لتكنولوجيا الواقع المعزز.
2. زيادة تفاعل المستهلك للمواقع الالكترونية الخاصة بالأزياء .
3. استخدام مواقع الأزياء الالكترونية التي تستخدم تقنية الواقع المعزز كوسيط تفاعلي في الاتصالات الترويجية التسويقية جعلها عملية ثنائية الاتجاه بدلا من الاعتماد علي الاتصال احادي الاتجاه من قبل الماركات التجارية الخاصة بالأزياء تجاه المستهلك حيث كان يتم تبادل المعلومات عبر الانترنت في منظومة اتصال يغلب عليها طابع التفاعل الاستاتيكي البسيط فلم تعد منظومة الاتصال قاصرة على نقل المعلومات بل التفاعل معها والتمتع بها.

## منهجية البحث:

1. يتبع البحث المنهج الوصفي التجريبي التحليلي وهو طريقة لدراسة مواقع ماركات الأزياء الالكترونية التي تتبع تقنية ضبط القياس (fitting) افتراضيا من خلال القيام بوصفها علميا ومن ثم يساهم بشكل كبير في التعرف علي ظاهرة الدراسة وتفسير المتغيرات المحيطة بها للوصول للنتائج البحث ووضوح مقترحات لمشكلة البحث.

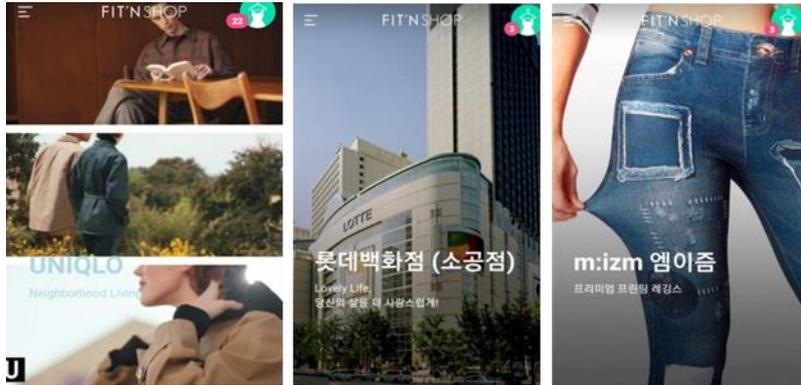
## التطبيق الأول FIT'N SHOPE

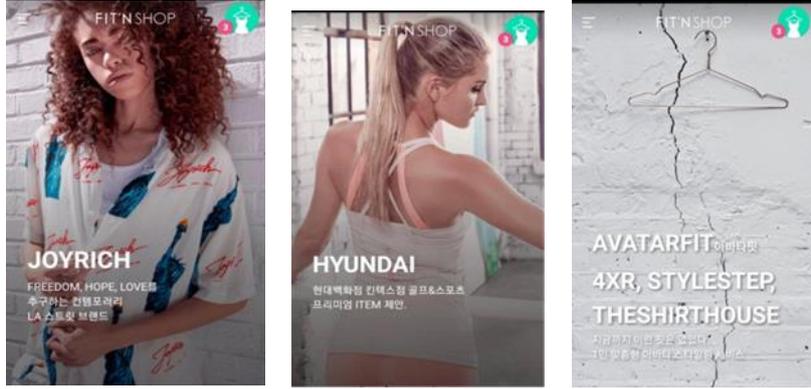


صورة رقم (١) الصورة الافتتاحية للبرنامج FIT'N SHOPE

## أولاً: تسجيل البيانات والدخول Log In -

يوجد سبعة ماركات متنوعة ما بين الكلاسيك والكاجوال والرياضي وغيرها ..... كما هو موضح بالصورة:





صورة رقم (٢)

ولا: اختيار الماركة الأولى UNIQLO:

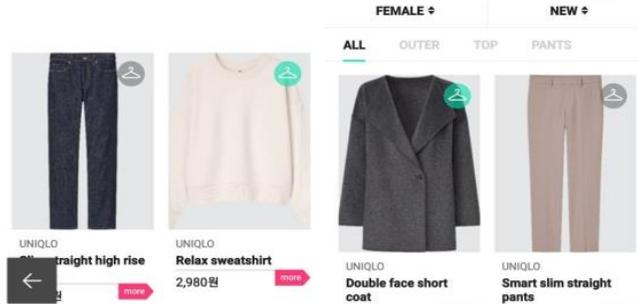


صورة رقم (٣)

ثانياً: يقوم المستخدم بالاختيار: سواء حريمي - رجالي - بناتي - أولادي

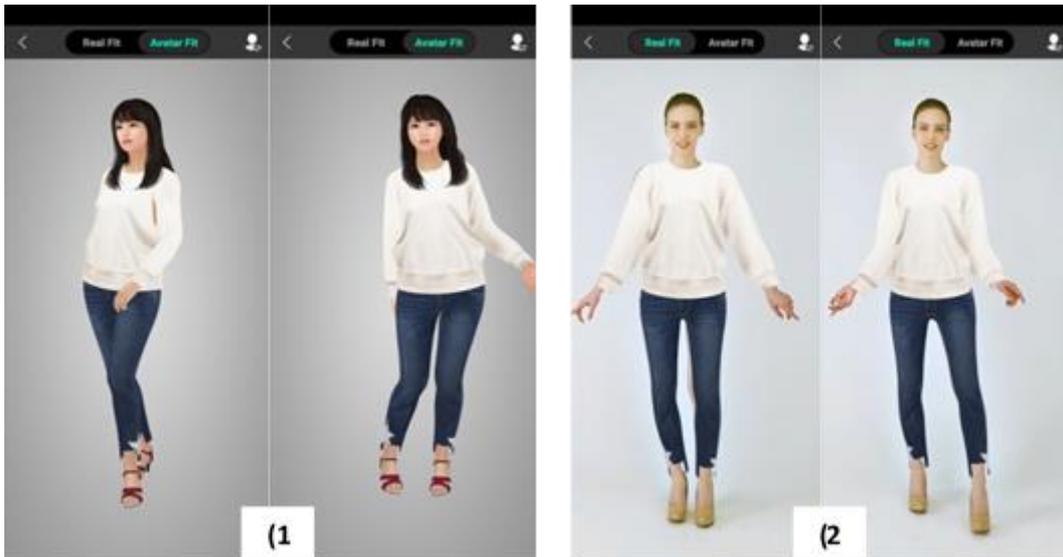
ثالثاً: اختيارات: Pants - Top - Outer - All

سواء بنطلونات أو توب أو ملابس فضفاضة أو كل الاختيارات. بعد الاختيار بين المعروضات المناسبة المرفق معها الماركة والسعر والتوصيف كما هو موضح بالصورة:



صورة رقم (٤)

يوجد نوعان من Fitting سواء Real Fit or Avatar Fit



(Real Fit)

(Avatar Fit)

صورة رقم (٥)

طريقة التلبس fitting :

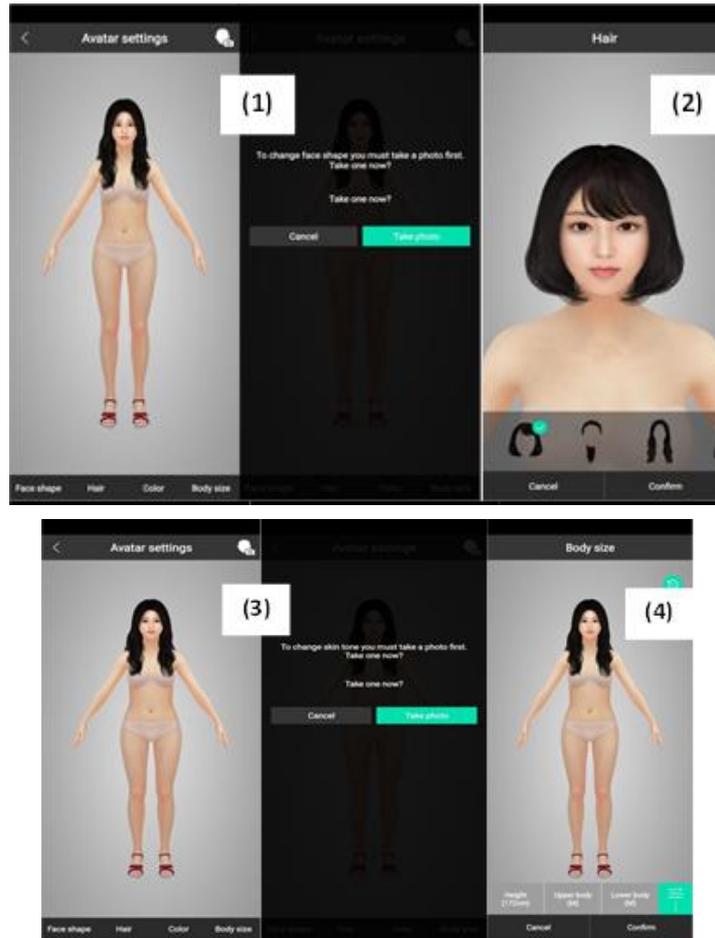
يقوم المستخدم بالاختيار من المعروضات بسهولة الاختيار (Outfit) المناسب. يتميز هذا التطبيق أنه يعرض ماركات متنوعة سواء ملابس رسمية أو كلاسيكية أو ملابس رياضية متخصصة, بعد الضغط على الزي المناسب تظهر اختيار (Avatar Fit) , يوجد أيقونات داخلية لاختيارات تظهر على اليمين.

مع الضغط على شكل رقم (1) تظهر أشكال من Avatar



صورة رقم (٦)

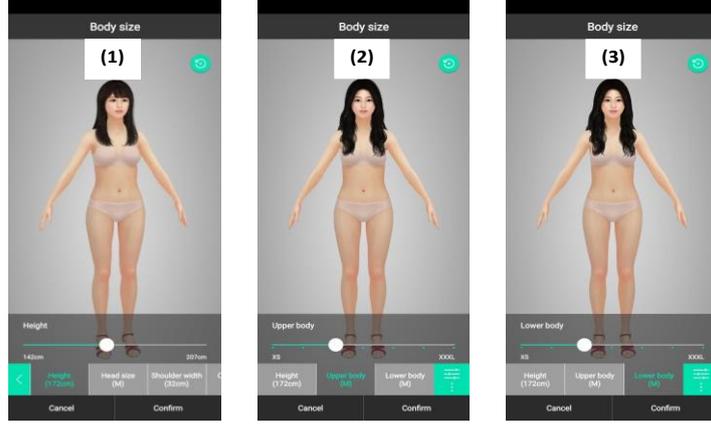
مع الضغط على شكل رقم (2) تظهر Face Shape - Hair - Color - Body Size كما هو موضح بالصورة.



صورة رقم (٧)

(1) شكل الوجه: يمكن للمستخدم أن يأخذ صورة حالية عن طريق Take photo من الكاميرا الأمامية أو الضغط على Cancel لإبقاء شكل الوجه الحالي.

- (2) شكل الشعر: تظهر قصات مختلفة للشعر نتناسب جميع اشكال (Style) الخاصة بالملابس قصير او طويل.....
- (3) لون البشرة: يمكن أن تأخذ صورة حالية عن طريق Take photo من الكاميرا الأمامية أو الضغط على Cancel لإبقاء لون البشرة الحالي.
- (4) من اهم الاختيارات اختيار ضبط المقاسات يقوم المستخدم بالضغط عليه تظهر المقاسات ( Height – Upper body Lower body ) كما هو موضح بالصورة.

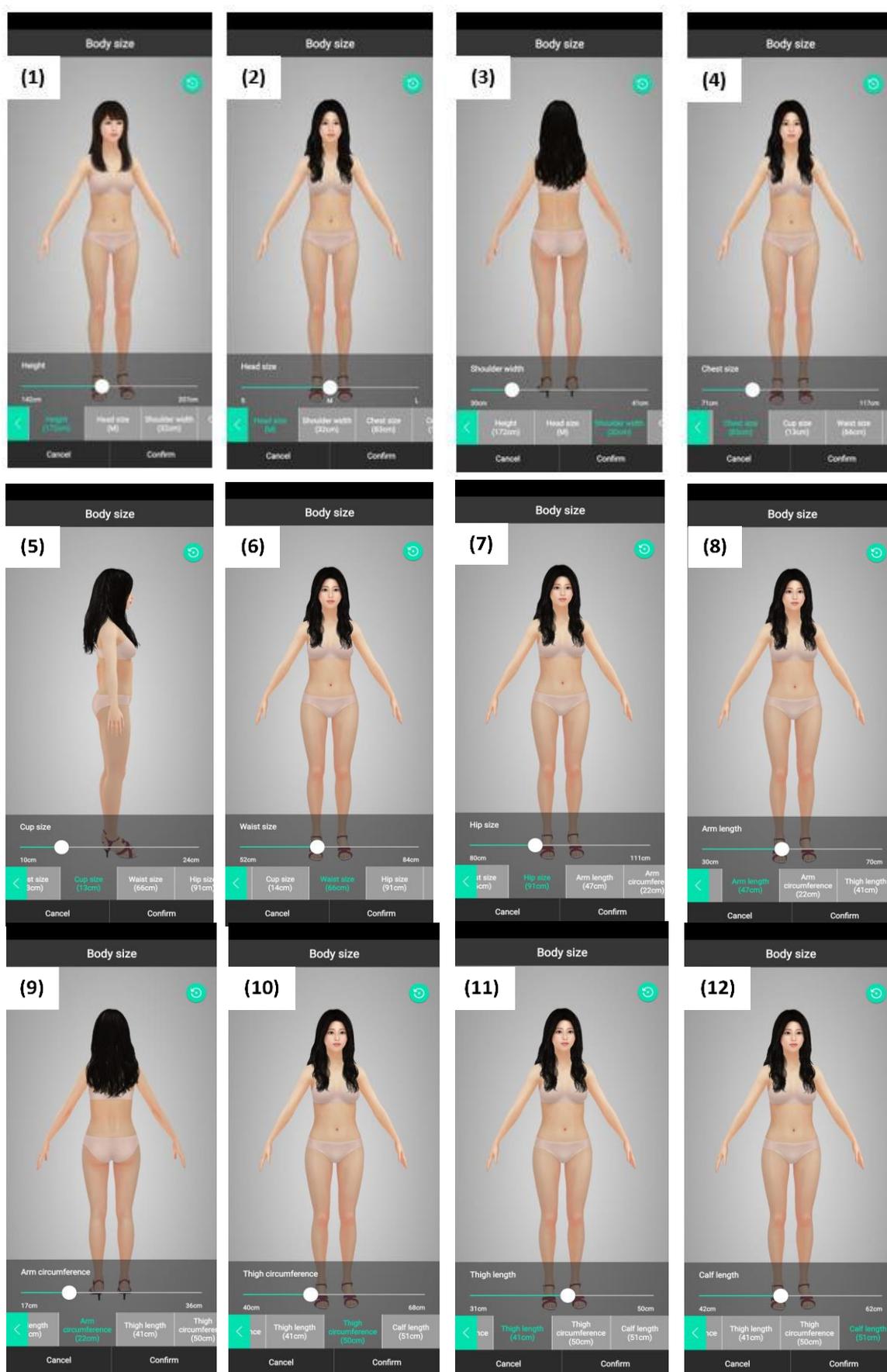


صورة رقم (٨)

- (1) الطول: يتم الاختيار من ٤٠ سم حتى ٢٠٧ سم.
- (2) Upper body: يتم الاختيار من XS حتى XXXL.
- (3) Lower body: يتم الاختيار من XS حتى XXXL. يتم ضبط القياس ويتغير شكل المانيكان علي حسب المقاس بسهولة , ثم التوجه إلى المرحلة القادمة.

**:Body Size (5)**

- |                    |                           |
|--------------------|---------------------------|
| HIGH (1)           | (7) HIP SIZE              |
| HEAD SIZE (2)      | (8) ARM LENGTH            |
| SHOULDER WIDTH (3) | (9) ARM CIRCUM FERENCE    |
| CHEST SIZE (4)     | (10) THIGH LENGTH         |
| CUP SIZE (5)       | (11) THIGH CIRCUM FERENCE |
| WAIST SIZE (6)     | (12) CALF LENGTH          |
- (1) الطول: من ٤٢ سم حتى ٢٠٧ سم.
- (2) مقياس الرأس: من S حتى L.
- (3) عرض الكتف: من ٣٠ سم حتى ٤١ سم.
- (4) مقياس الصدر: من ٧١ سم حتى ١٧ سم.
- (5) مقياس عمق الصدر: من ١٠ سم حتى ٢٤ سم.
- (6) مقياس الوسط: من ٥٢ سم حتى ٨٤ سم.
- (7) مقياس الخصر: من ٨٠ سم حتى ١١١ سم.
- (8) طول الذراع: من ٣٠ سم حتى ٧٠ سم.
- (9) محيط الذراع: من ١٧ سم حتى ٣٦ سم.
- (10) طول الفخذ: من ٣١ سم حتى ٥٠ سم.
- (11) محيط الفخذ: من ٤٠ سم حتى ٦٨ سم.
- (12) طول الجذع: من ٤٢ سم حتى ٦٢ سم.



صورة رقم (٩)



(3)

صورة رقم (١٠)

بالضغط على الشكل على أقصى اليسار يظهر للمستخدم اختيارات أخرى كما هو موضح بالصورة على اليمين تظهر مقاسات خاصة بالاختيارات التالية:

**(1) Color** تظهر مقاسات من XS حتى XXL.

**(2) Tension** تظهر مقاسات من XS حتى XXL.

**(3) Pressure** تظهر مقاسات من XS حتى XXL.



(1)



(2)



(3)

صورة رقم (١١)

بعد ضبط المقاسات يتم اختيار الـ Outfit أو الزي كامل بسهولة والرجوع إلى الاختيارات لمعرفة أسعارها وماركاتنا وطرق الدفع والشراء.

## التطبيق الثاني

أولاً: تسجيل البيانات والدخول Log In .

ثانياً: يقوم المستخدم باختيار المقاسات بالتفصيل عن طريق كتابتها في البيانات الأساسية المخصصة لها سواء عرض الأكتاف - مقاس الوسط - مقاس الصدر ....

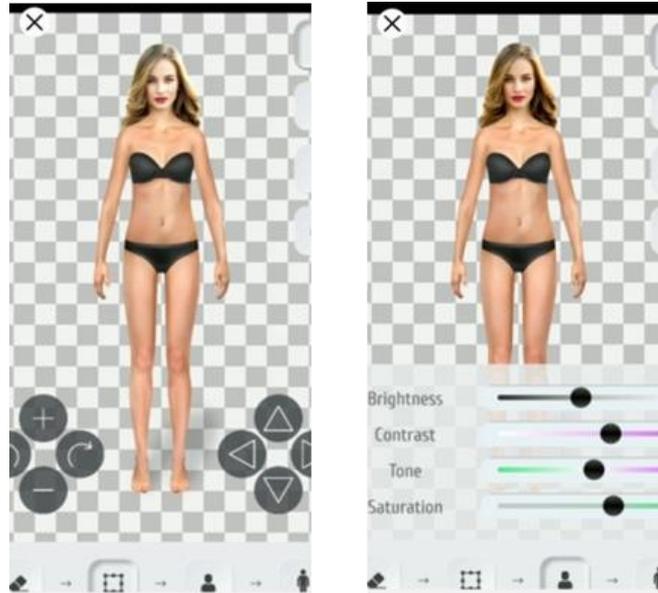


صورة رقم (١٢) للتطبيق الثاني Good Style

ثالثاً : يقوم المستخدم بالاختيار سواء حريمي / رجالي / بناتي / أولادي

يوجد اختياريين الاختيار الأول **SELECT CLOTHES** فهو اختيار الملابس أما الاختيار الثاني فهو **READ-MADE LOOKS** أو أشكال الملابس الجاهزة.

مع الضغط علي الاختيار الأول **SELECT CLOTHES** : تظهر المانيكان ثابتة بوضع ثابت جرافيك وليست حقيقية ,ولكن بدون راس علي للمستخدم أن يختار بشكل ممتع راس سواء بالتقاط صور حالية او من الصور المخزنة علي الهاتف. ثم يتم تنسيق الصورة المختارة علي الجسم الجرافيك سواء بمسح الزيادات او تحريكها يمين ويسار أو لأعلي واسفل او تصغير حجمها او تكبيره بما يتناسب مع الجسم كما هو موضح بالصورة أو التحكم في اللون الخاص بالبشرة.



صورة رقم (١٣)

## طريقة التلبس fitting :

بعد تنسيق الوجه علي الجسم وضبط الوانه تأتي المرحلة الاكثر متعة وهي التلبس **Fitting** والاختيار بين متعدد يظهر الملابس مسطحة مصوره أي حقيقية أي أن المانيكان Avatar لكن الملابس حقيقية. ثم يظهر على الشمال اختيارات وهي:



صورة رقم (١٤)

بعد الاختيار من **Sweat Shirt** يظهر على اليمين القطع الملابسية موضح عليها السعر والماركة، مع الاختيار من **Pants** علي اليسار تظهر اختيارات واشكال عديدة من البنطلونات علي اليمين مع الضغط علي يظهر فورا علي المانيكان كما هو موضح بالصورة ونكرر الاختيار سواء التي شيرت المناسب والحذاء المناسب ليكمل الزي كله.



صورة رقم (١٥)

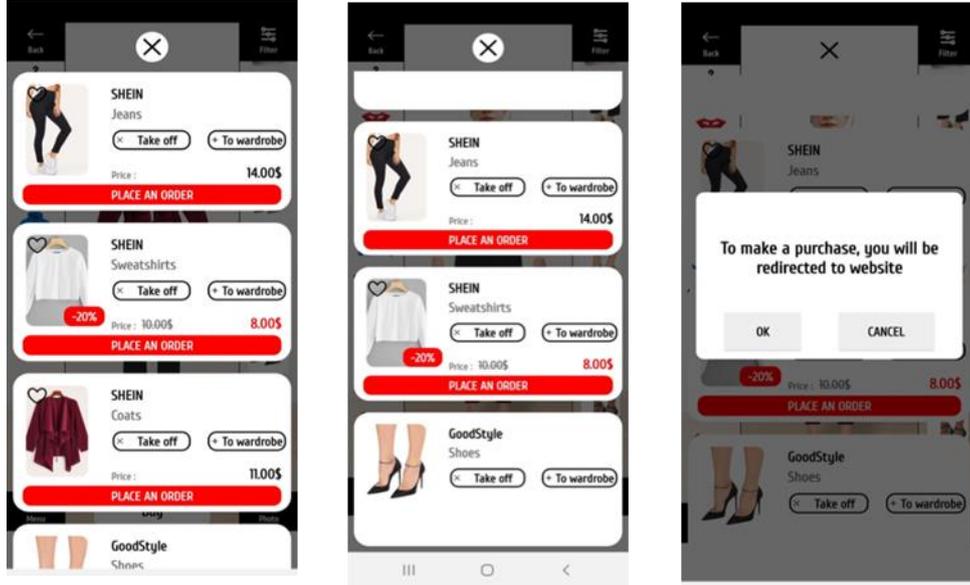
تم اختيار **Outfit** كامل عن طريق الاختيارات الآتية:

(1) البنطلون. (2) التي شيرت. (3) الكاجيت. (4) الحذاء.

مع الضغط علي المانيكان تظهر تفاصيل الزي سواء البنطلون أو التي شيرت والحذاء كما هو موضح بالصورة، يتم الضغط

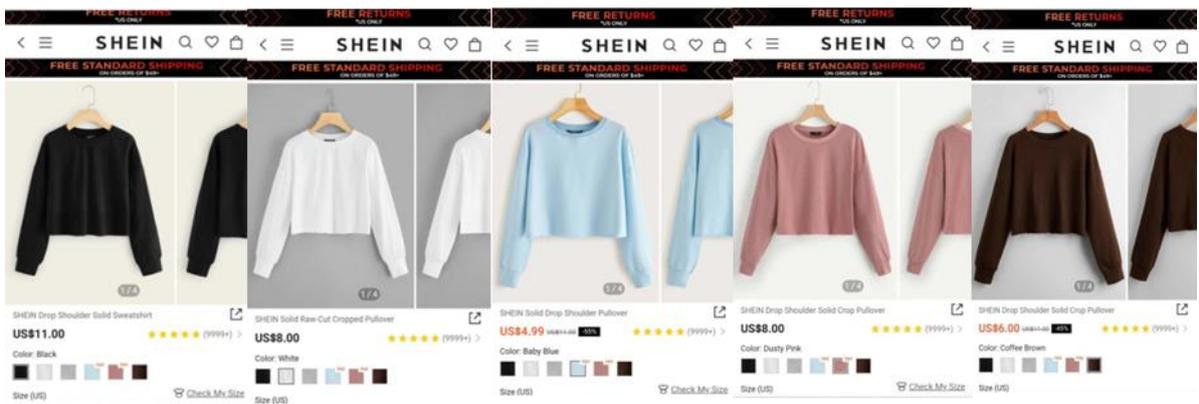
علي التي شيرت مثلا تظهر تأتي رسالة بعنوان To make a purchase, you will be redirected to website?

website? يتم الضغط علي ok أو نعم كما هو موضح بالصورة.



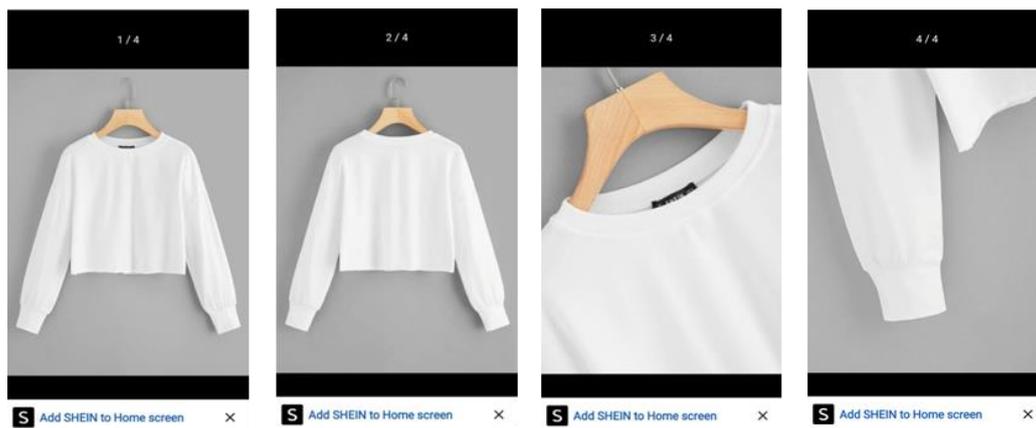
صورة رقم (١٦)

مع الضغط علي نعم تدخل فوراً علي web الخاص بالماركة، وتفاصيل اكثر عن التي شيرت كما هو موضح بالصورة سواء السعر والالوان والمقاسات والتفاصيل الخاصة بالقصات وأيضاً آراء العملاء.



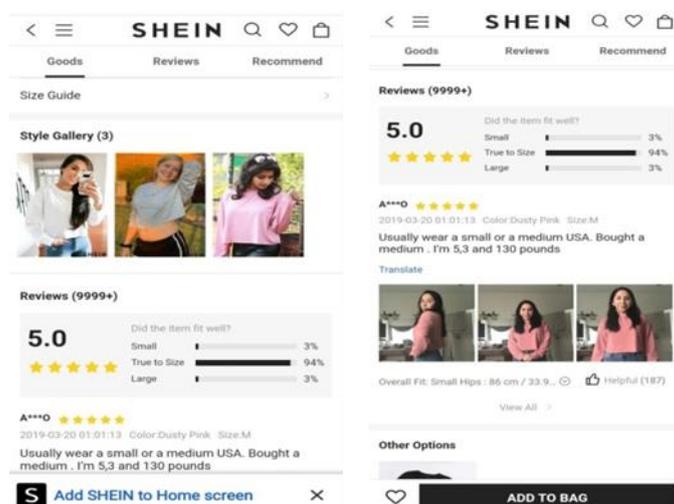
صورة رقم (١٧)

تظهر تفاصيل أكثر للتي شيرت من الأمام والخلف وحردة الرقبة وإسورة الكم كما هو موضح بالصورة.



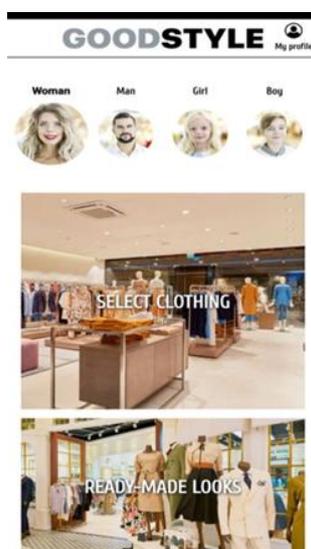
صورة رقم (١٨)

تظهر آراء العملاء وتقييمهم للتي شيرت وصور لبعض العملاء اثناء ارتداء التي شيرت.



صورة رقم (١٩)

مع الاختيار الثاني في الصفحة الافتتاحية READ-MADE LOOKS أو أشكال الملابس الجاهزة, تظهر اختيارات علي اليسار.



صورة رقم (٢٠)

يضغط المستخدم في الملابس الجاهزة, وفيها يظهر على الشمال كما هو موضح بالصورة:

1) B-Spoken

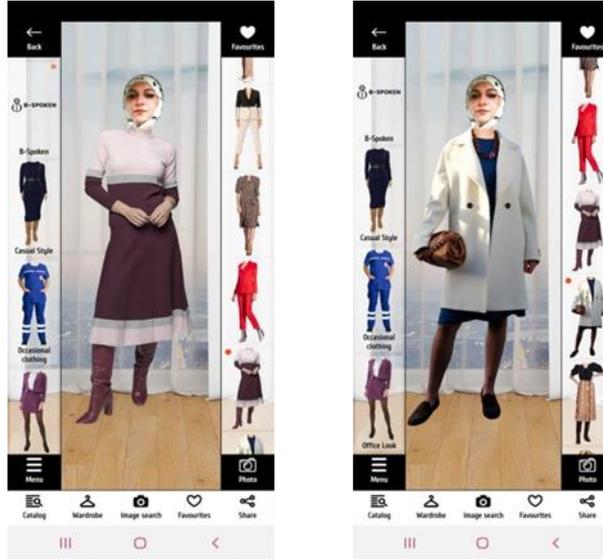
2) Casual Style

3) Occasional Clothing

4) Office Look5) Sports Wear

ومع الضغط على أي من الخمس اختيارات يظهر Collocation على اليمين لسهولة الاختيار فمثلاً بالضغط على الاختيار الأول:

• 1- B-Spoken



صورة رقم (٢١)

• 2- Casual Style

الضغط على الاختيار الثاني يظهر الـ Outfit كامل كما هو موضح بالصورة.



صورة رقم (٢٢)

### 3) Occasional Clothing



صورة رقم (٢٣)

### 4) Office Look



صورة رقم (٢٤)

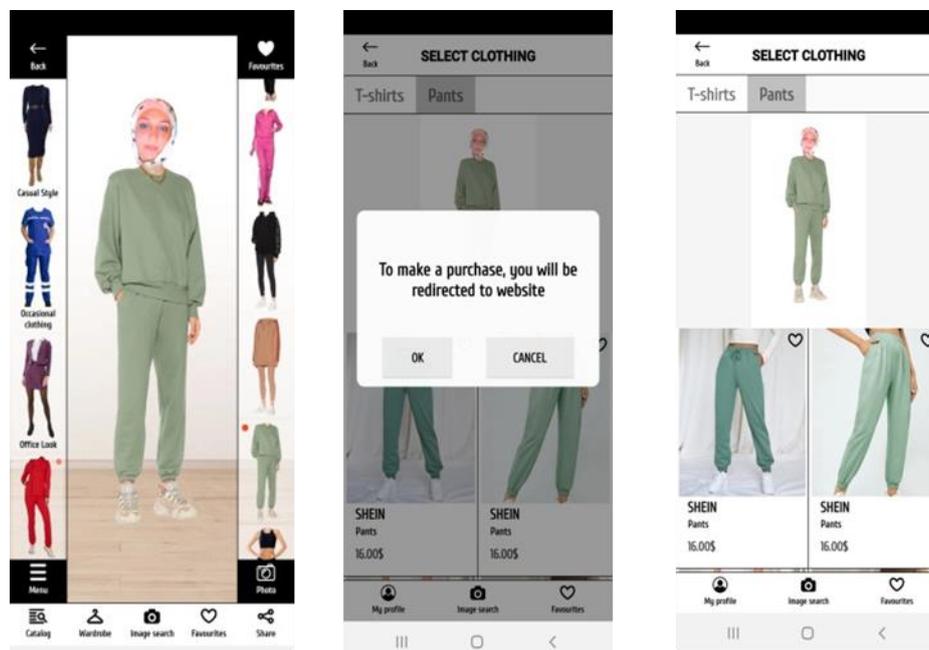
### 5) Sports Wear



صورة رقم (٢٥)

بعد تنسيق Outfit كامل يقوم المستخدم بالضغط على (Buy) لتظهر رسالة (To make a purchase, you will be redirected to website?) مع الضغط على Ok يظهر أسعار Out Fit كاملة سواء Pant / Shirt (كما هو

موضح بالصورة)



صورة رقم (٢٦)

### التطبيق الثالث

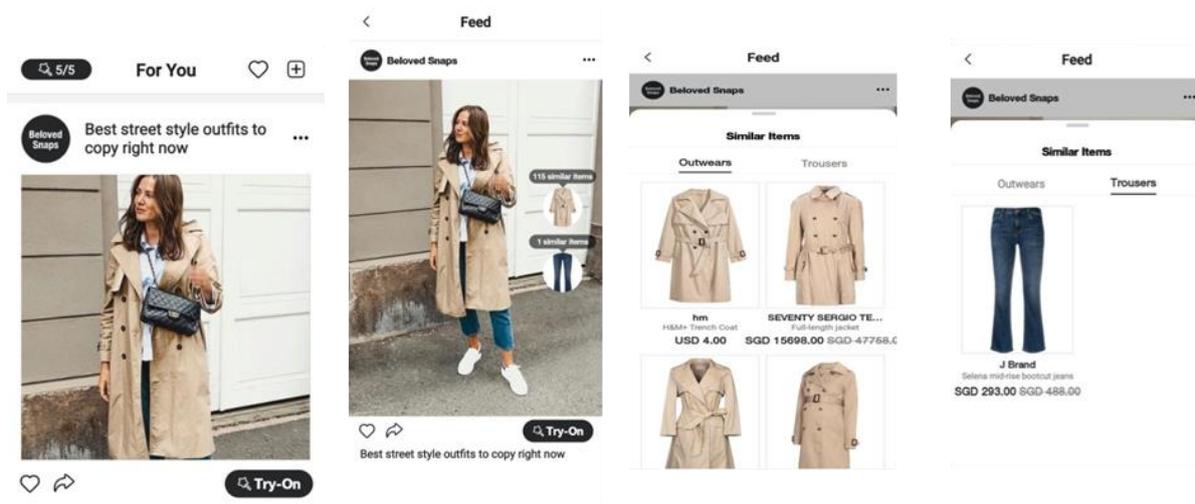
أولاً: تسجيل البيانات الشخصية والدخول Log In

ثانياً: في هذا التطبيق عرض الماركات الأوروبية للبيع إلكترونياً وأيضاً متاح ضبط القياس Fitting

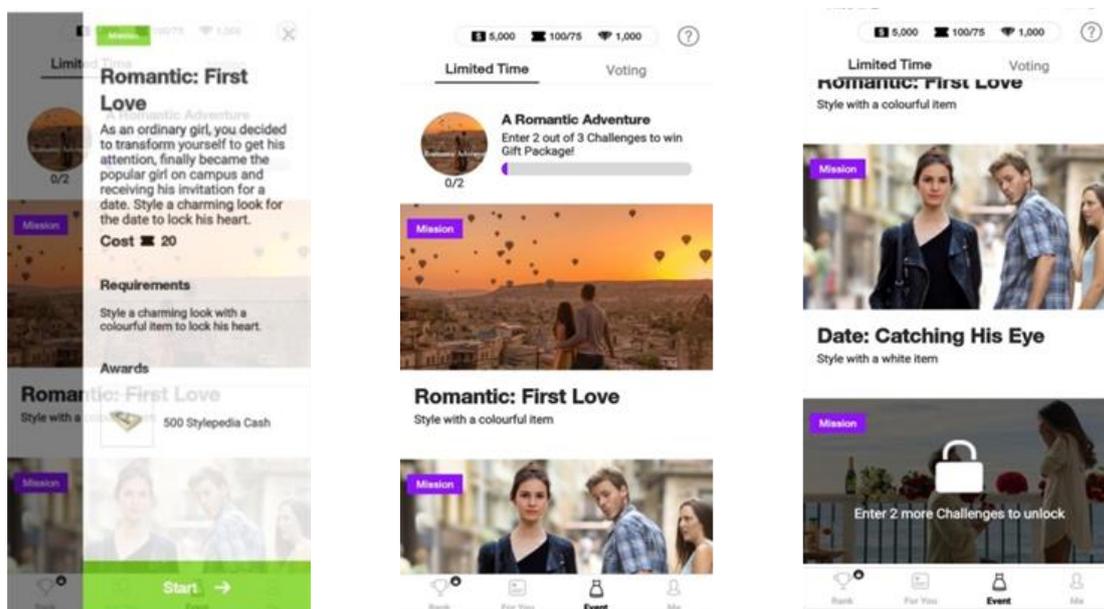


صورة رقم (٢٧) التطبيق الثالث Stylepedia

مع الاختيار عرض For you يتم عرض أفضل واحد out fits كاقتراح للشراء مع الضغط عليها تظهر كل قطعة منفردة بالوصف الكامل ليها الماركة والسعر واطواع مختلفة للقطعة لرؤيتها بصوره أوضح بدون Fitting , كما هو موضح بالصورة



صورة رقم (٢٨)



صورة رقم (٢٩)

صورة رقم (٣٠)

بعد اختيار كلمة Event يضغط المستخدم علي start تظهر اختيار متعدد كما هو بالصورة .

طريقة التلبس fitting :

تظهر عشرة اختيارات للملابس حقيقية وليست جرافيك يختار منها المستخدم لتظهر علي مانيكان ثابته ايضا حقيقية يتم شرح الاختيارات بالتفصيل وهي كالآتي :

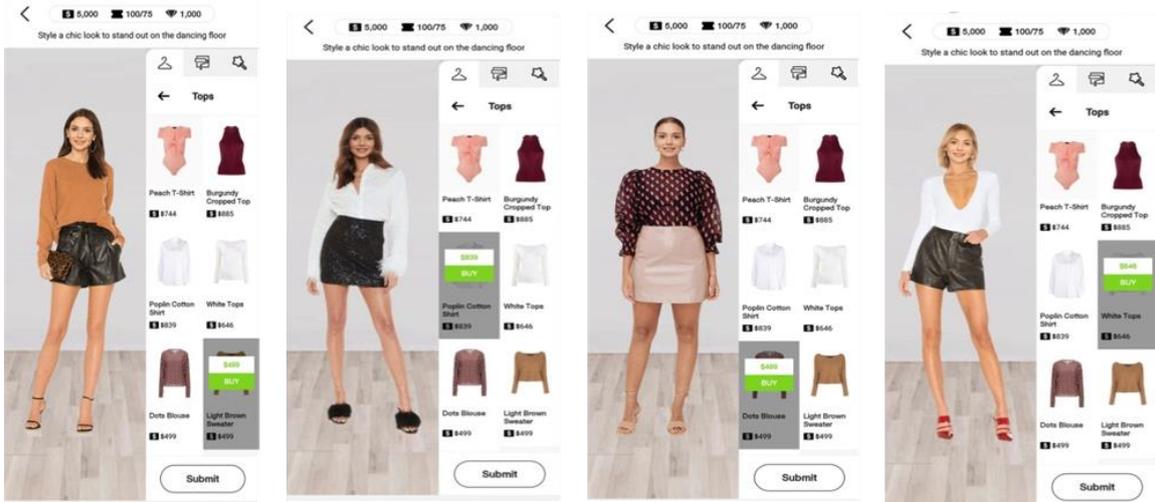
- (1) Tops (2) Jeans (3) Shorts (4) Dresses (5) Coat  
(6) Trousers (7) Skirts (8) Jacket (9) Blazer (10) Outwears



صورة رقم (٣١)

(1) الضغط علي التوب او البلوزة Tops

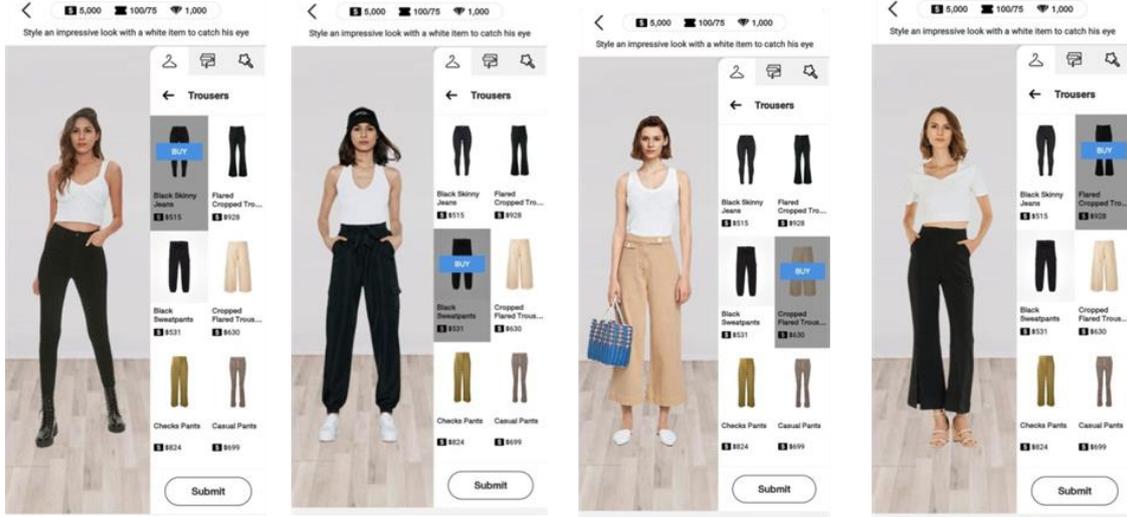
ونستعرض بعض المعروضات الخاصة بالاختيار الاول البلوزات كما هو موضح بالصور.



صورة رقم (٣٢)

## (2) الضغط علي البنطلونات Trousers:

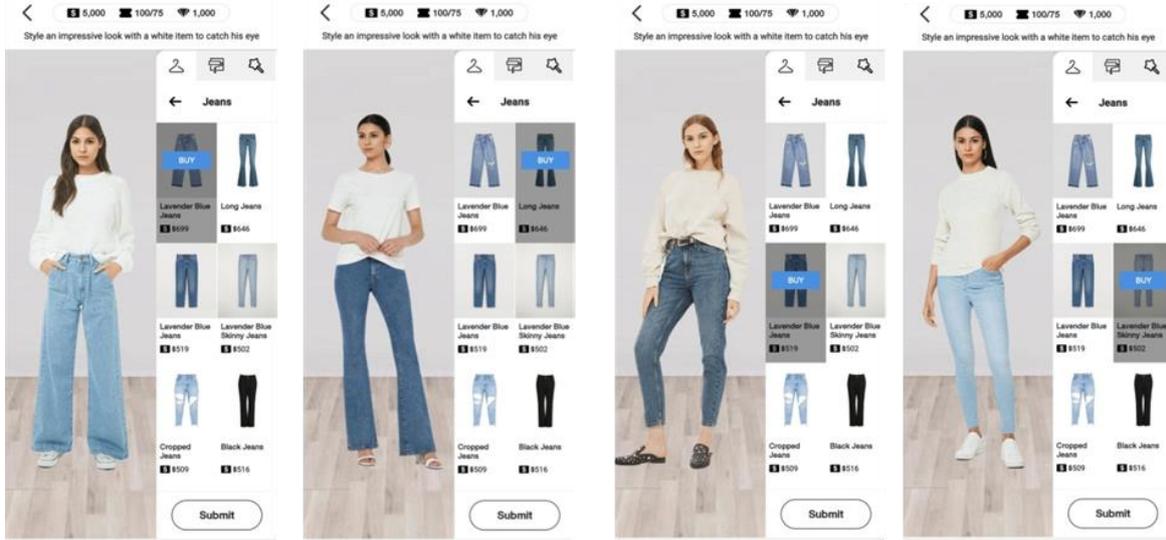
ونستعرض بعض المعروضات الخاصة بالاختيار الثاني البنطلونات مع ثبات التوب الأبيض المحايد للتركيز على البنطلون كما هو موضح بالصورة.



صورة رقم (٣٣)

## (3) الضغط علي الاختيار الجينز JEANS:

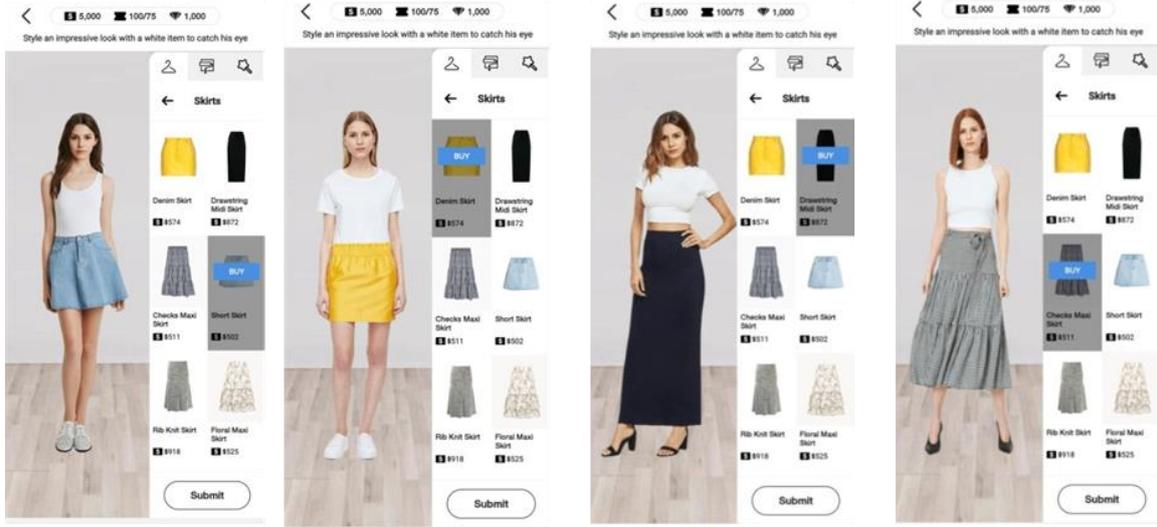
الضغط علي بنطلون جينز تظهر اختيارات عديدة مع ثبات اللون الابيض التوب top للتركيز علي البنطلون كما هو موضح بالصورة.



صورة رقم (٣٤)

(4) الاختيار الجيب أو SKIRTS:

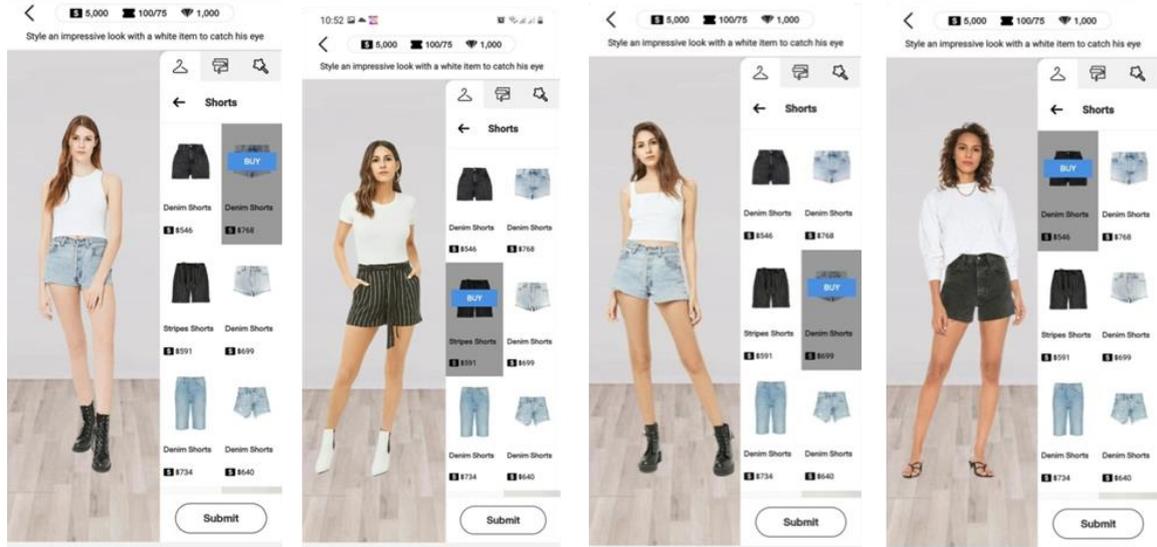
الضغط علي الجيب تظهر اختيارات عديدة مع ثبات اللون الابيض التوب top للتركيز علي الجيب.



صورة رقم (٣٥)

(5) الاختيار الشورت أو Short:

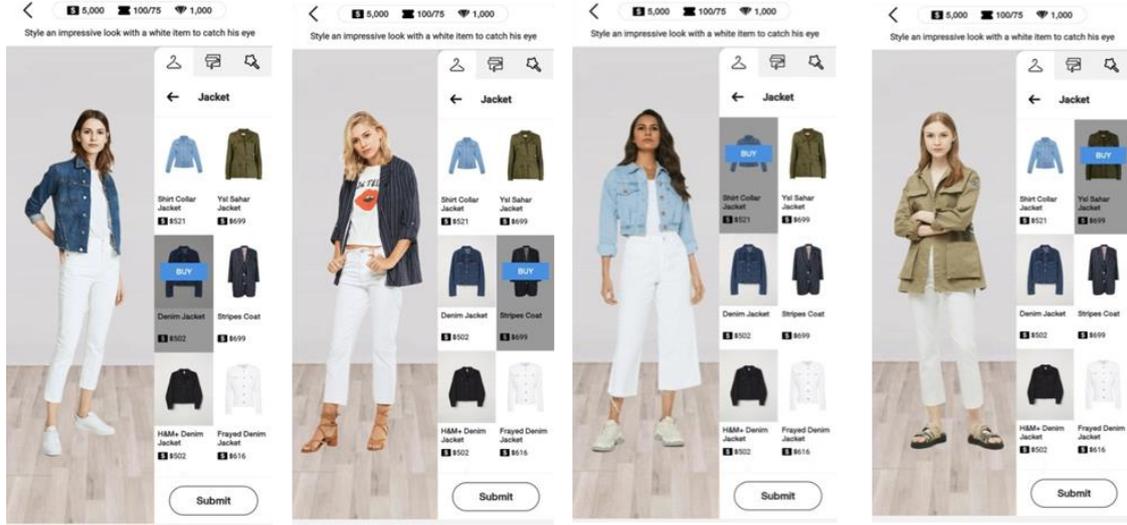
الضغط علي short تظهر اختيارات عديدة مع ثبات اللون الابيض التوب top للتركيز علي short .



صورة رقم (٣٦)

(6) الاختيار الجاكت أو Jacket:

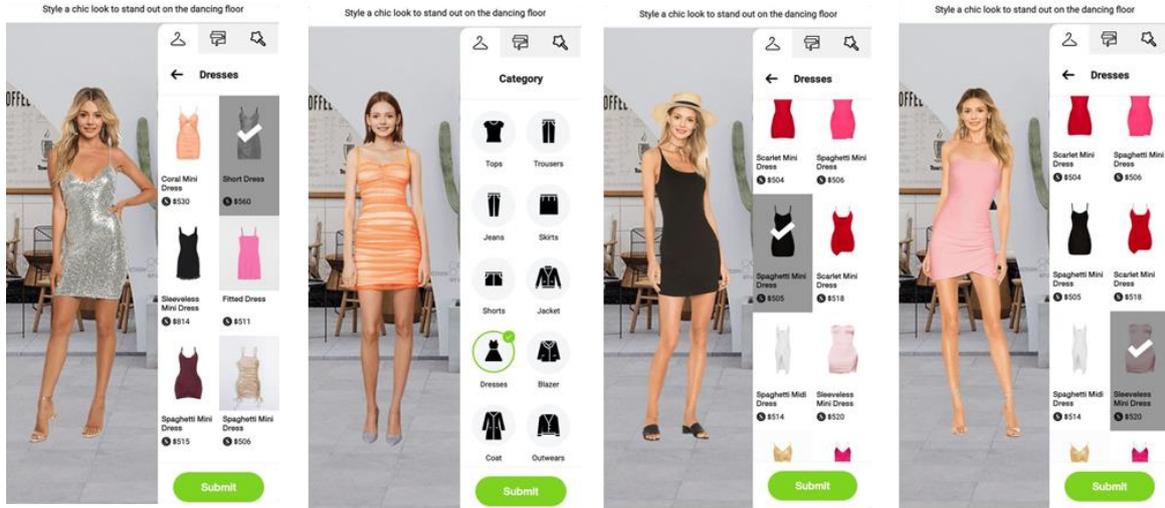
الضغط علي jacket تظهر اختيارات عديدة مع ثبات اللون الابيض للبنطلون لتوضيح الجاكت كما هو موضح بالصور.



صورة رقم (٣٧)

(7) الاختيار الفستان أو Dress:

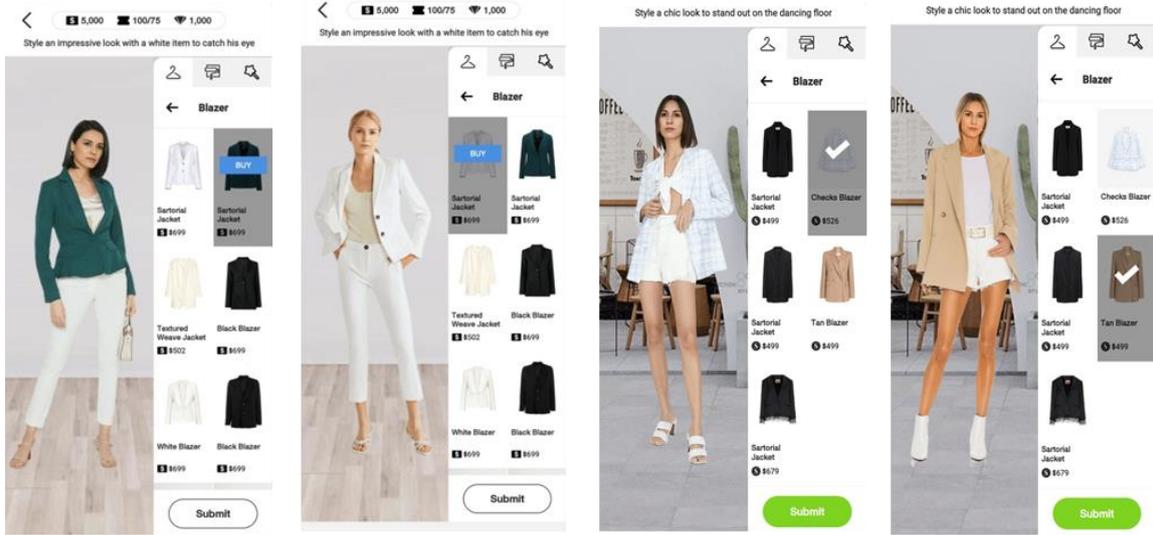
الضغط علي Dress تظهر اختيارات عديدة.



صورة رقم (٣٨)

(8) الاختيار التوب أو Blazer:

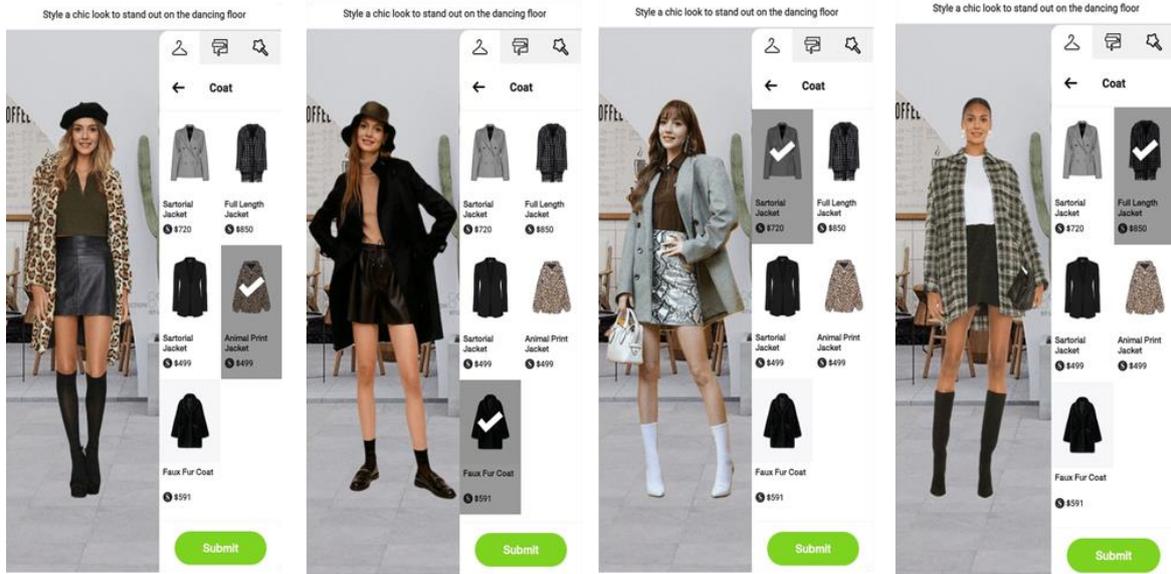
الضغط علي blazer تظهر اختيارات عديدة مع ثبات التوب باللون الابيض .



صورة رقم (٣٩)

(9) الاختيار Coat:

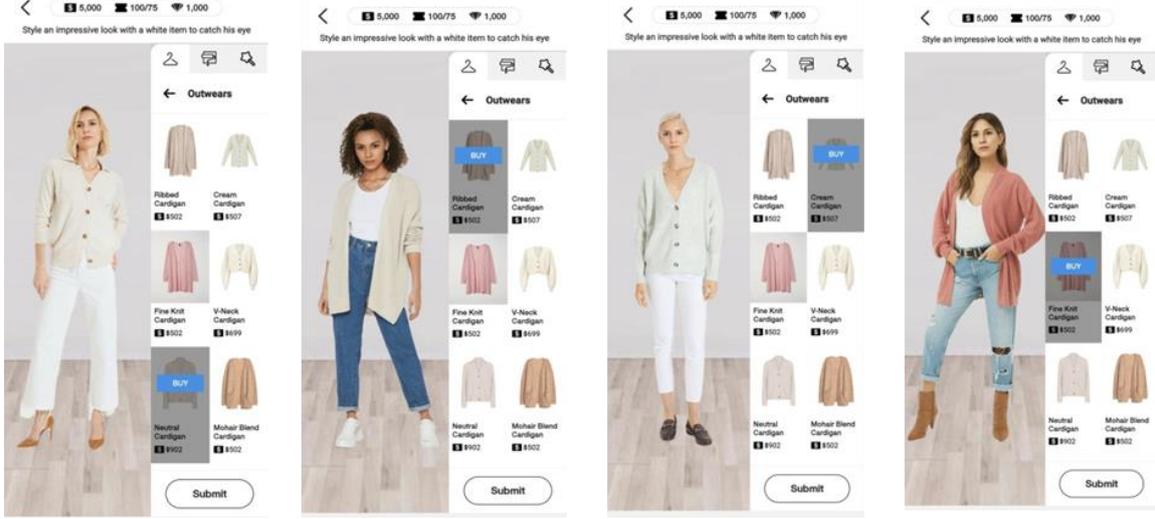
الضغط علي Coat تظهر اختيارات عديدة. كما هو موضح بالصورة مع وجود اقتراحات للـ Outfit المناسب للـ Coat



صورة رقم (٤٠)

## (10) الاختيار Outwear:

الضغط علي outwear تظهر اختيارات عديدة مع ثبات اللون الابيض للتوب و البنطلون الجينز أو البنطلون الأبيض للإظهار ال Outfit.



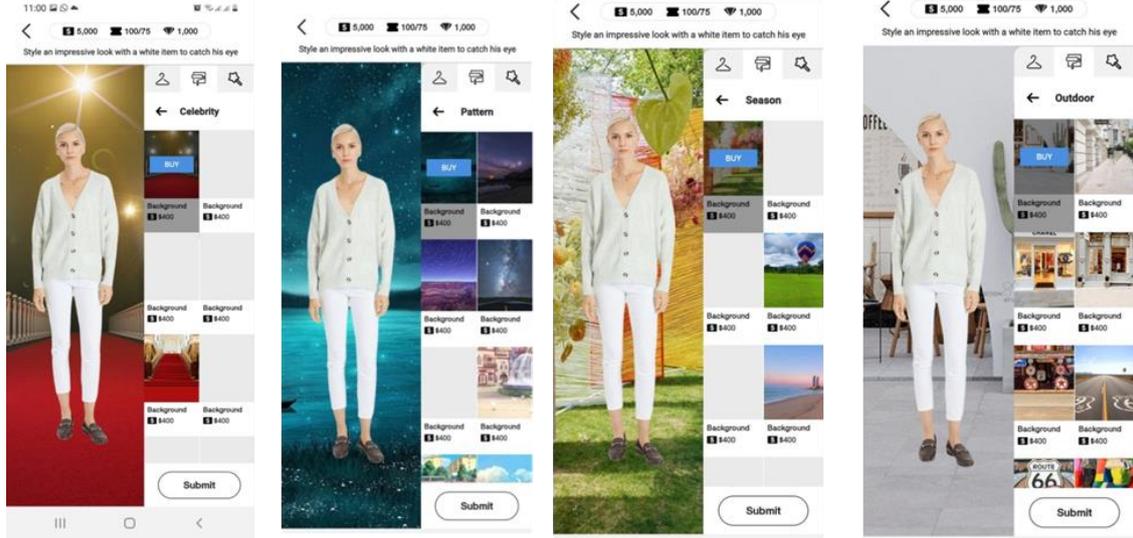
صورة رقم (٤١)

ويتم اختيار الخلفية عن طريق الضغط علي الشكل الثانية , كما هو موضح بالصورة , وهناك خلفيات عديدة علي اليمين لاختيار منها على حسب الشكل واللوك المطلوب للاحتفاظ بالصورة فيما بعد , وفيما يلي عرض لهذه الخلفيات وهم:

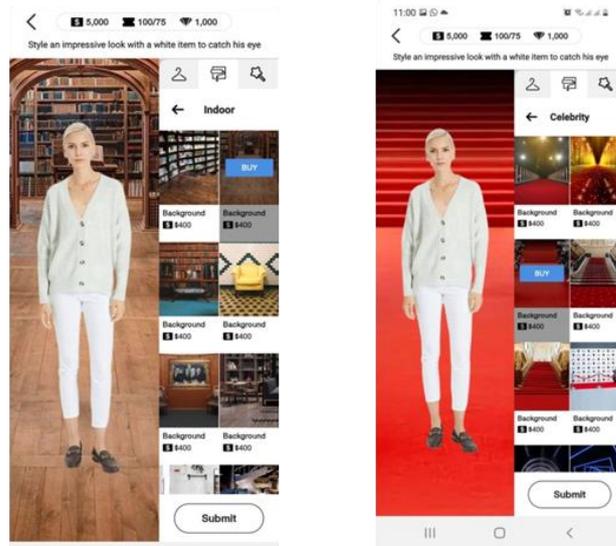
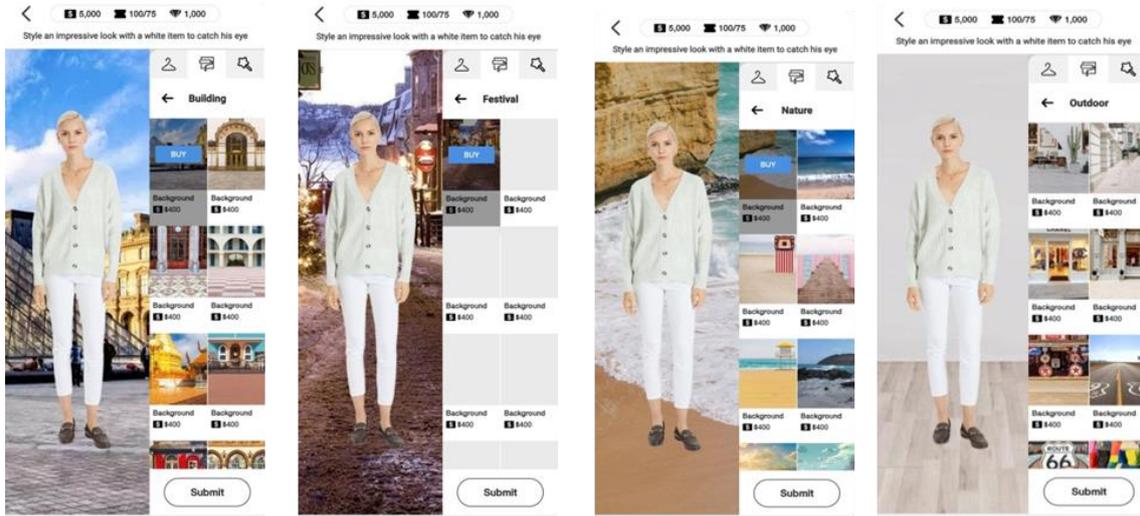
(Building – Outdoor – Festival – Season – Indoor – Nature – Celebrity – Pattern)



صورة رقم (٤٢)



صورة رقم (٤٣)



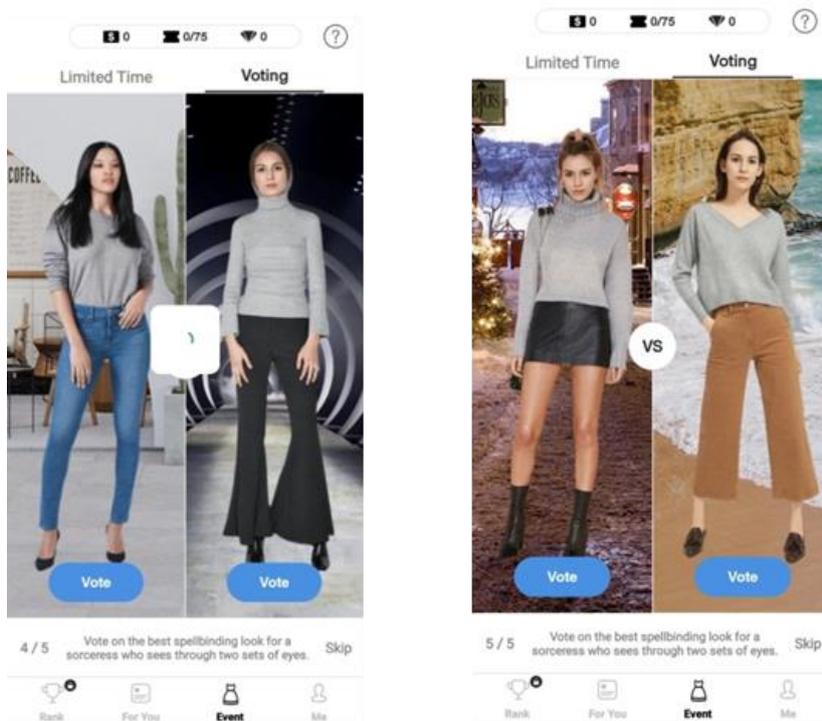
صورة رقم (٤٤)

الاختيارات ليست متعددة مثل Application رقم (١)، (٢) السابقين ولا يوجد اختبارات للـ Shoper أو الاكسسوارات.

ولكن يوجد **Voting App** لاختبارات سابقة لمستخدمين سابقين يقوم المستخدم بالضغط عليها لاختيار أي منها متناسق مع بعض ويظهر من هو قام باختيارها.



صورة رقم (٤٥)



صورة رقم (٤٦)

## نتائج البحث

بعد تحميل البرامج من Play store من الانترنت يتم تسجيل البيانات الشخصية والدخول Log in ثم الضغط على

Next

التطبيق الثالث	التطبيق الثاني	التطبيق الأول	الشكل
			
<p>التطبيق يقوم بعرض أفضل وأحدث الأزياء كاقترح للشراء ويظهر بجانبها تفاصيل مثل الألوان والمقاسات والأسعار.</p> <p>يوجد ضبط قياس Fitting عن طريق القطع الملابس المختلفة مثل: Tops - Jeans - Shorts - Dresses - Coat - Trousers - Skirts - Jacket - Blazer - Outwears</p>	<p>يوجد تفاصيل أكثر للمنتج سواء الألوان والمقاسات والتفاصيل وآراء العملاء وتقييمهم للمنتج.</p> <p>يوجد بالتطبيق نوعان من الاختيارات بين القطع الملابس المختلفة من خلال الاختيار الأول Select Clothes بعد اختيار الـ Out fit المناسب يمكن التعرف على الاسعار والماركات والالوان بشكل تفصيلي موضع بالألوان والتفاصيل بشكل منفرد.</p> <p>وأيضاً اقترح ذي كامل Ready Made Looks Styles ويوجد استايلات متنوعة ومختلفة تتوافق مع معظم الأوقات.</p> <p>Casual Style, B-Spoken, (Occasional Clothing, Sports Wear) Office Look, لسهولة الاختيار دون اللجوء الي تنسيق اكثر من قطعة ملابسية</p>	<p>يوجد سبع ماركات متنوعة ما بين الكلاسيك والكاجوال والرياضي.....</p> <p>يتحرك المانيكان الحقيقي او Avatar في جميع الاتجاهات .</p> <p>يظهر على كل قطعة ملابسيه المواصفات الخاصة بها (الماركة والالوان والمقاسات)</p> <p>الملابس حقيقية ويمكن ان تظهر الخامة بسهولة مع ضبط المانيكان قبل القياس عليه يمكن ضبط قصات الشعر ولون البشرة الحقيقي وضبط المقاس بمنتهي الدقة</p> <p>بعد ضبط المقاسات يتم اختيار الـ Outfit أو الزي كامل بسهولة والرجوع الي الاختيارات اي الضغط عليها لمعرفة اسعارها وماركاتها وطرق الشراء والدفع</p>	الوصف
<p>يتميز التطبيق بأن المانيكان حقيقي والملابس أيضاً حقيقية لكن ثابتة أمامية فقط لا يمكن إظهار الزي من جميع الاتجاهات ويوجد به خاصية ظهور الوجه الحقيقي للمستخدم.</p>	<p>يتميز التطبيق بأن المانيكان حقيقي والملابس أيضاً حقيقية لكن ثابتة أمامية فقط لا يمكن إظهار الزي من جميع الاتجاهات ويوجد به خاصية ظهور الوجه الحقيقي للمستخدم.</p>	<p>يتميز التطبيق بوجود اختيارات Real fit/Avatar fir وتتحرك لرؤية الملابس من جميع الجهات بسهولة.</p> <p>يتميز التطبيق برفع المقاسات بدقة شديدة لضبط القياس Fitting. (الطول، مقاس</p>	اهم ما يميزه

التطبيق الثالث	التطبيق الثاني	التطبيق الأول	
<p>به خاصية ظهور الوجه الحقيقي للمستخدم.</p> <p>• ويوجد به Voting ليقوم أحدث وأفضل الأزياء المقترحة فيتم عرض الأزياء المقترحة لتقييمها من خلال Voting.</p>	<p>• بعد اختيار الشكل المناسب يمكن الضغط على الزي ليظهر تفاصيل أكثر عن القطعة الملابس المختلفة والوانها وقطع مشابهة لها بماركات مختلفة بشكل مفصل وبسهولة في الاستخدام وطرق مختلفة للدفع والشراء</p> <p>• يوجد آراء العملاء وتقييم الزي وصورة لهم أثناء ارتدائه</p>	<p>الرأس، عرض الكتف، مفاص الصدر، مفاص عمق الصدر، مفاص الوسط، مفاص الخصر، طول الذراع، محيط الذراع، طول الفخذ، محيط الفخذ، طول الجذع)</p> <p>• الملابس حقيقة وليست جرافيك ومتحركة في جميع الاتجاهات والممكن أما حقيقي أو رافيك أي من الاختيارين يتحرك في جميع الاتجاهات.</p>	
<p>• تطبيق عملي ومحلي يمكن شراء اي منتج ملابس من مصر عن طريق تحميل التطبيق الالكتروني</p>	<p>• تطبيق عملي ومحلي يمكن شراء اي منتج ملابس من مصر عن طريق تحميل التطبيق الالكتروني</p>	<p>• تطبيق عملي ومحلي يمكن شراء اي منتج ملابس من مصر عن طريق تحميل التطبيق الالكتروني</p>	استخداماته
<p>• لا يوجد اختبارات من الاحذية او الإكسسوار بل اقتراحات تناسب الملابس فقط</p>	<p>• في الاختيار Ready Made Looks. يجبر المستخدم على اختيار الـ Out Fit كاملة.</p>		عيوبه

بعد تحليل التطبيقات الثلاث وتطبيقات الكترونية اخرى ,سواء لعرض الازياء ومكملاتها فقط مثل **ADIDAS\_BERSHKA\_H&M\_MANGO** وغيرها من الماركات العالمية سواء المعروضات موجودة داخل الفروع المصرية او خارجها ,يمكن طلب الشراء بسهولة ,هناك تطبيقات الكترونية تقوم بعرض الازياء وايضا ضبط القياس **FITTING** بتقنية حديثة ومطورة يمكن للمستخدم اختيار الملابس والتفاعل منها مثل **STYLEPEDIA**,تحقق هذه التطبيقات الالكترونية اقبال كبير من قبل الجمهور في الفترة الاخيرة بديلا عن التسوق التقليدي و كبدل لغرفة القياس يمكن ضبط المقاس واختيار الزي والالوان والمكملات المتنوعة بضغط زر واحدة ,لذلك لابد من تفعيلها في المجتمع المصري بشكل اكبر في الماركات المصرية بأيدي مصرية ,لزيادة الترويج والتسويق للمنتج المصري

## المراجع :

- (1) همسة عبد الوهاب فريد زيدان : فاعلية استخدام محاكاة كمبيوترية لتنمية مهارات التعليم الافتراضي والاتجاهات نحو التعليم الالكتروني لدى معلمى المدارس الثانوية – معهد الدراسات التربوية – جامعة القاهرة – ٢٠١٢.
- (2) ( ) لؤى مضر واصف الشريف : الواقع الافتراضى ، وإمكانية تطبيقه في البيئة العمرانية الفلسطينية – رسالة ماجستير ( غير منشورة ) كلية الدراسات السابقة – جامعة النجاح – فلسطين – ٢٠١٢

(2) () luy mudirin wasif alsharif: alwaqie alaiftiradiu wa'iimkaniat tatbqiqih fi albiyat aleumraniat alfilastiniat - risalat majistir (ghayr manshurtin) kuliyat aldirasat alsaabiqat - jamieat alnajah - filastin - 2012

( ) رنا عبد القادر البهنساوى : optimization of virtual reality modeling criteria for web Based systems ، رسالة ماجستير ( غير منشورة ) ، كلية الحاسبات والمعلومات ، جامعة القاهرة ٢٠١١ .

( ) rana eabd alqadir albahinsawi: tahsin maeayir namdhajat alwaqie alaiftiradii lil'anzimat alqayimat ealaa alwib ، risalat majistir (ghayr manshura) ، kuliyat alhasibat walmaelumat ، jamieat alqahirat 2011.

(3) الهام رشدي: دراسة الاساليب الابداعية لتصميم الاعلان التفاعلي الالكتروني، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية فنون تطبيقية، جامعة حلوان، ٢٠١٨ .

3) iilham rushdi: dirasat al'asalib al'iibdaeiya litasmim al'ielan altafaeulii al'iiliktrunii dukturah. risalatan ghayr manshurat ، kuliyat alfunun altatbqiqat ، jamieat hulwan ، 2018.

(4) شيرين جمال عبد المقصود : دور وسائط التواصل الاجتماعي في زيادة فاعلية تسويق المطبوعات، رسالة ماجستير، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، ٢٠١٨ .

4) shirin jamal eabd almaqsud: dawr wasayil altawasul alaijtimaeei fi ziadat faeiliat taswiq almatbueat ، risalat majistir ، kuliyat alfunun altatbqiqat ، jamieat hulwan ، 2018.

التطبيق الاول :

5) <https://play.google.com/store/apps/details?id=net.fxgear.fitnshop>

التطبيق الثاني :

6) [https://play.google.com/store/apps/details?id=by.vipit.shopping.fashion.goodstyle\\_pro](https://play.google.com/store/apps/details?id=by.vipit.shopping.fashion.goodstyle_pro)

التطبيق الثالث :

7) <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.stylepedia>