

## "ابتكار مجموعات تصميمية ملابسية حديثة من خامات خاصة لجذب الانتباه وزيادة المبيعات في براند ملابس"

### "Create Contemporary Apparel Design Collections Utilizing Specialized Materials to Enhance Attention and Drive Sales in a Fashion Brand"

أ.م.د/ إيمان يسري مصطفى الميهي

استاذ مساعد بقسم الملابس والموضة – كلية الفنون التطبيقية جامعة بنها

Assist.Prof. Dr. Eman Yousry Moustafa El Mehy

associate professor of Clothing and Fashion dept., Faculty of Applied Arts, Banha University

[elmehveman@yahoo.com](mailto:elmehveman@yahoo.com)

#### المخلص:

يقدم البحث أفكار لمجموعة تصميمية ملابسية حديثة من خامات خاصة لجذب الانتباه وزيادة المبيعات في براند الملابس في ظل الأزمة الاقتصادية المصرية تتميز مصر باحتواءها علي مجموعات مختلفة من الصناعات المحليه منها صناعة الملابس الجاهزة بمختلف المنتجات المقدمة إلى السوق والفئات المختلفة المستهدفه ، فنجد أن لصناعه وتصميم الملابس الجاهزة أهمية كبيرة جدا في السوق المصري وأيضا العالمي وتمر صناعة الملابس الجاهزة بالعديد من المراحل وتتاثر بالكثير من المؤثرات الخارجية والداخلية سواء المباشرة او الغير مباشرة وبالتالي تؤثر علي المبيعات للمنتجات المقدمة من قبل البراندات المختلفة وسيتم عرض بعض المشكلات التي مرت بها البلاد مثل الازمة الاقتصادية وتحرير سعر الصرف وارتفاع سعر الدولار مقابلالجنه المصري وبالتالي التأثير علي مستوي دخل الفرد في مصر وقدرته علي الشراء وبالتالي التأثير بالسلب علي المبيعات للملابس لدى مصانع الملابس الجاهزة عامة ومصانع ملابس الاطفال وبالتالي وجب دراسة السبب و معرفة سبب قلة المبيعات في موسم محدد والعمل علي ايجاد حلول بديلة واقتراحات حديثة لازدياد المبيعات وعند الدراسة وجد انه ليس السبب في جودة المنتج اوالخامه او التصميم ولكن السبب في القدرة علي الشراء من قبل المستهلك وظروف اقتصادية عامة تمر بها الدولة فبدا هنا دور التصميم والتطوير لايجاد افكار جديده حديثة لعرضها للمستهلك والفئة المستهدفة بما يتلائم مع احتياجاتهم وطلباتهم وعرض منتجات بافكار وخامات حديثة تخاطب الطفل والاهل وجذب انتباههم بطرق مختلفة بمساعدة التسويق لتحقيق زياده في المبيعات سواء في السوق المحلي او التصدير اي ايجاد ميزة تنافسية للمنتج لازدياد المبيعات وايضا فتح سوق جديد خارجيا بسبب نفس الازمة التي اثرت علي المبيعات محليا بالسلب ولكنها اثرت بالايجاب في بعض الاحيان علي ازدياد المبيعات خارجيا لانخفاض سعر العملة مقابل الدولار وبالتالي انخفاض سعر تكلفة المنتج والقدرة علي المنافسة خارجيا ، وهنا يظهر دور المصمم ايضا فيدراسة الاسواق المستهدفة خارجيا ومعرفة احتياجات التجار والعملاء المستهلكين والعمل علي تصميم منتجات ملابسية تحقق طلباتهم ولديها القدرة علي المنافسة في السوق المستهدف ومتماشية مع خطوط الموضة العالمية و ايجاد ميزة تنافسية للمنتج في السوق الجديدة.

**Summary:**

This research presents ideas for a contemporary apparel design collection utilizing specialized materials to attract attention and increase sales within a fashion brand, in light of the current Egyptian economic crisis.

Egypt is known for its diverse local industries, including the ready-to-wear garment sector, which offers a wide range of products targeting different market segments. The design and production of ready-to-wear clothing hold significant importance in both the Egyptian and global markets.

However, this industry undergoes various stages and is influenced by numerous internal and external factors, whether direct or indirect, all of which impact product sales across different brands.

This study addresses some of the recent challenges faced by the country, such as the economic crisis, the floatation of the Egyptian pound, and the rise in the U.S. dollar exchange rate, all of which have negatively affected individual purchasing power and, consequently, garment sales—particularly in the children's wear sector.

Thus, it became essential to investigate the underlying reasons for the sales decline during specific seasons and to propose innovative alternatives and strategies to boost sales.

Upon analysis, the issue was found not to lie in product quality, material, or design, but rather in consumers' limited purchasing power due to the country's broader economic conditions.

Herein lies the role of design and innovation—to generate fresh, appealing concepts that resonate with consumer needs and preferences. By introducing creative designs and modern materials that engage both children and parents in distinctive ways, supported by strategic marketing efforts, the goal is to increase sales both locally and through exports, thereby establishing a competitive advantage.

Moreover, the same economic crisis that negatively impacted local sales has, in some cases, positively influenced exports due to the depreciation of the Egyptian pound, which reduced product costs and enhanced competitiveness abroad. This highlights the designer's role in studying international markets, understanding the needs of traders and consumers, and creating competitive, fashion-forward clothing collections tailored to global demand and trends, ultimately providing a strong competitive edge in new export markets.

**Key words:**

Modern clothing design collections, special materials, increased sales

**مشكلة البحث:**

- 1- كيف يمكن تجاوز الأزمة الاقتصادية وتغير سعر الصرف والتي بدورها تؤثر علي صناعة الملابس
- 2- مامدي تاثير الازمة الاقتصادية وقلة المبيعات علي الصناعة
- 3- كيف يمكن تجاوز ازدياد التكلفة التي ادت دورها السلبي علي المبيعات

**أهداف البحث:**

إيجاد حلول تصميمي مبتكره لمجموعات بأفكار حديثة وخامات حديثة للأطفال لزيادة المبيعات  
إيجاد حلول تصميمية مبتكره بأفكار وخامات حديثة ومحاولة عدم زيادة التكلفة الكلية للمد النهائي لسهولة بيع التأثير  
بالإيجاب على زيادة المبيعات مع الحفاظ على جودة التصميم والسعر  
أفكار تسويقية مختلفة لزيادة مبيعات المجموعات التصميمية الملابس الجديدة وجذب المستهلكين الحاليين الجدد  
المحاولة في بيع باقي الإنتاج للكولكشن كاملا عند جذب الانتباه بالموديلات الحديثة وتحقيق المبيعات بها  
فتح سوق جديده وتوسعه إنتاج البراند الملابس للأطفال في ظل الأزمة الاقتصادية و ركود مبيعات العام  
فتح سوق جديد خارج مصر وتوسعه الإنتاج في ظل الأزمة الاقتصادية

**أهمية البحث**

-فتح أسواق جديدة للمنتج المصري المصنوع في ظل الأزمة الاقتصادية و ركود المبيعات  
-زيادة مبيعات في ظل الأزمة الاقتصادية و ركود المبيعات  
-أهمية التصميم والجودة الإنتاج لإكمال دور مؤسسة في البقاء في العمل والسوق وأيضا فتح أسواق جديدة محلية ودولية

**عينة البحث**

التطبيق على براند ملابس أطفال مصري يهتم بالتصميم والإنتاج والجودة ويستخدم الخامات الطبيعية المتميزة في الصباغة والتجهيز

**حدود البحث:**

يتم تنفيذ عينة البحث لبراند ملابس اطفال في الفترة الزمنية 2022-2023-2024  
موسم شتاء 2022(دراسة السوق )  
وشتاء 2023(عمل المجموعة التصميمية المقترحة )  
وشتاء 2024 (تكرار وتطوير عمل الفكرة المقترحة وتقديمها للسوق).

**منهج البحث:**

يتبع البحث في منهجيته التالي: المنهج التحليلي الوصفي والتجريبي، والابتكاري التصميمي التجريبي. ويستخدم المشاهدة والتحليل.

**الاطار النظري:**

-تتميز مصر باحتواءها علي مجموعات مختلفة من الصناعات المحليه منها صناعة الملابس الجاهزة بمختلف المنتجات المقدمة إلى السوق والفئات المختلفة المستهدفه  
- فنجد أن لصناعه وتصميم الملابس الجاهزة أهمية كبيرة جدا في السوق المصري وأيضا العالم  
- فالصناعة والتجارة يعتبران من الاعمدة الاساسية لبناء دولة  
- يظهر و يتضح دور مصر في هذه الصناعة محليا ودوليا وتصدير منتجات الملابس الجاهزة إلى العديد من أنحاء العالم

- صناعة الملابس الجاهزة في مصر لها العديد من مقومات النجاح لديها الأيدي العاملة والعلم و قدره على التصميم و الإنتاج والقدرة على العمل والمواد الخام وغيرها من مقومات نجاح والصناعات المكمله العديده التي تفتح للمنتجات المصرية سوق محلية وعالمية واسعة ، ولكن هناك بعض العقبات التي تواجه المنتج المصري في السوق المصري أو العالمي ، فلا بد من دراستها والعمل على حلها والاستمرار في العمل وتختلف العقبات وتتجدد باختلاف الوقت فهي ليست سييبدأ امينه السابق ومنها ما تقدر الطول العمل ولا بد من دراستها والعمل على حلها للاستمرار في الإنتاج وتحقيق النجاحات

- في الصناعة والسوق مرتبطين بعوامل عديدة منها الخامات وجودة التصنيع والتصميم وأيضا المحيط الكامل وظروف واقتصاد البلد وغيرها العديد من المؤثرات المختلفة

- مصر بلد قوية تمر بأزمات عديدة وسرعان ما يتداركها اهلها والقائمين على البلد والصناعة لتفاديها وجعل من كل من محنه منحه وخير

- ومرت مصر ببعض الأزمات الاخيرة التي اثرت بالتالي على صناعة الملابس الجاهزه سواء بالسوق المحلي أو العالمي فهناك بعض الأزمات أثرت بالسلب على الإنتاج ككل وبعض الأزمات كانت لها جانب سلبي على السوق المحلي ونفس الأزمات لها جانب إيجابي على السوق الدولي سنتناول بعضهم بالبحث منها :

- أزمة الاستيراد التي اثرت على الإنتاج الملابس وارتفاع سعر الخام الغزل و بالتالي التأثير على سعر المنتج النهائي.

- أزمة الاستيراد وتأثيرها على استيراد بعض كمالات الملابس من أزرار وسوست ومعادن مكمله في الصناعة وبالتالي وبالتالي تأثيرها على الإنتاج وصعوبة الحصول على المنتج وأيضا اثرت بالإيجاب في بعض الوقت لفتح صناعات حديثة كان معتمد على استيرادها من الخارج فقط وفتح أسواق جديدة بمصر والعالم

- أزمة الاستيراد اثرت بالإيجاب علي بعض المنتجات التي لم تعد تدخل إلى السوق المصري بأسعار رخيصة وجوده رديئة مضرة بالصحة ومنها بالسوق والسماح الي المنتج المصري المتميز و منافس في السوق و الأسعار بالنمو وظهور للمستهلك

- أزمة الاستيراد اثرت أيضا على بعض المنتجات بالإيجاب لزهو منتجات صناعية في بلد ومشروعات جديدة مصرية

- وازمه تحرير سعر الصرف و ارتفاع سعر الدولار اثرت بالسلب على الدخل للمواطن المصري وبالتالي قدرته علي الشراء وبالتالي مبيعات المنتجات المصنعه والسلع في مصر ولكنه اثر بالإيجاب في بعض المجالات للتصدير في فتح سوق خارجية للمنتج المصري والمنافسة عالميا لرخص سعر تكلفة المنتجات مقارنة بالعالم

- فلا بد للمصمم والصناعة أن يواكبا أي متغيرات قد تؤثر علي الصناعة تطراً على السوق او المستهلك او الإنتاج أو التصنيع أو البلد أو أي شيء لمحاولة الوقوف على المشاكل ومحاولة إيجاد حلول لها للاستمرار بالعمل والإنتاج وأيضا الوقوف عند المشاكل والعقبات ومحاولة الاستفادة لفتح مجال عمل جديد او تحديث الحالي وهكذا

سيتم عرض في البحث مشكلة او عقبه من ضمن العقبات التي واجهت صناعة الملابس الجاهزة لبراند ملابس أطفال محلي وتصدير في فترة زمنية معينة (موسم شتاء 2022-شتاء 2023) التي مرت على مصر بأكملها بتغيير سعر صرف العملة وارتفاع سعر الدولار تدريجيا في التعويم الثاني والثالث في مصر عامي 2022 و2023 ، فتغير من (19.7 جنيه) الي (30.90 جنيه) مقابل الدولار الواحد

حيث قام البنك المركزي المصري بعدة خطوات خلال السنوات الثماني الماضية، منذ 2016 عام التعويم الأول وتحديدًا في نوفمبر/تشرين الثاني ، عندما تراجع الجنيه من نحو 9 جنيهات للدولار إلى أكثر من 19 جنيها في السوق الرسمية و20 جنيها في السوق الموازية قبل أن يستقر تحت 16 جنيها بقليل.

أغسطس 2025

مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية - المجلد العاشر - عدد خاص (13)

المؤتمر الدولي السادس عشر - (الحضارة والفن وقبول الآخر "تحديات وفرص")

وفي 21 مارس/آذار 2022 مع التعويم الثاني، انخفض الجنيه إلى 19 جنيها و70 قرشا، ومن ثم في 27 أكتوبر 2022

انخفض لمستويات 24 جنيها و70 قرشاً.

التعويم الرابع جاء في 4 يناير/كانون الثاني، 2023 لينخفض الجنيه مقابل الدولار إلى ثلاثين جنيها و90 قرشا. ومع التعويم

الخامس تراجع الجنيه إلى مستويات 50 جنيها للدولار. (1)

لما اثر على مستوى دخل الفرد في مصر والقدر الشرائية لدى الأفراد وأيضا سعر الإنتاج والتصنيع للمنتج وبالتالي المنتج

النهائي والتأثير على عملية البيع للمستهلك المصري

وبالتالي محاولة إيجاد أفكار جديدة بديلة لمحاولة زيادة المبيعات بالرغم من الركود الاقتصادي وقلة المبيعات بسبب ازدياد

سعر الدولار وازدياد سعر المنتج

محاولة إيجاد حلول تصميمية ومنتجات بأفكار جديدة تجذب التجار والمستهلك لشرائها لزيادة المبيعات بالرغم من الأزمة

الاقتصادية وارتفاع أسعار المنتجات النهائية المؤثرة على قوة الشراء

ومحاولة أيضا إيجاد حلول تصميمية للمنتجات حديث ومحاولة عدم رفع سعرها بقدر الإمكان لمحاولة البيع والوصول

للمستهلك والمنافسة أيضا في السوق مع المعروض من البراندات الأخرى

فسيتم تقديم مجموعات تصميمي بأفكار حديثة مواكبة لخطوط الموضة والمطلوب من السوق خامات مختلفة يتغير لونها

بالاستخدام سواء بالحرارة أو البرد أو الماء لجذب الانتباه الأطفال و المستهلكين مع محاولة أم المحافظة على عدم الارتفاع

كبير في السعر

وتقديمها في مجموعات متناسقة ضمن الكولكشن الكبير للموسم المقترح فتصبح خط إنتاج داخل المجموعة الكاملة الكبيرة

فتساعد هذه المجموعة أيضا علي ازدياد المبيعات عند جذب العملاء للمنتجات الأخرى في الكولكشن الكبير للبراند

وسيتم الإستعانه أيضا بال بتسويق لجذب العملاء بطرق مختلفة

سيتم عرض المنتجات والأفكار في اوراق الدعاية بطرق تصميميه لجذب المستهلكين سواء تجار الجملة المحليين او خارج

مصر وأيضا الجمهور المستهلك

وعرضها على البانرات في المعرض التجاري المقام لمصنعي الملابس في مصر لجذب الزائرين من تجار جملة بمصر

وتجار خارج مصر

وأیضا عرضها على صفحات التواصل الاجتماعي والتسويق الإلكتروني للجملة وللمستهلك النهائي مباشرة

وذلك ضمن محاولة إيجاد حلول تصميمي لعدم رفع تكلفة إنتاج المنتج كل بسبب ارتفاع سعر الخام المستخدمة عن الخام

العادي تميزه بخاصية مختلفة حديثة وهي تغيير اللون سواء بالحرارة أو الجو أو الماء وهكذا واستخدامها بحلول تصميم

مختلفة بأكثر من موديل

**محاور البحث تتلخص في التالي :**

• تصميم وصناعة الملابس الجاهزة للأطفال	أولاً
• بعض العقبات التي تواجه التصميم والصناعة والمبيعات	ثانياً
• بعض الأفكار المقترحة لاستكمال المبيعات والإنتاج	ثالثاً
• مجموعات تصميمية مقترحة بأفكار حديثة لجذب الانتباه وزيادة المبيعات	رابعاً
• أفكار تسويق لجذب العميل زياده المبيعات	خامساً
• تقييم الفكرة	سادساً
• النتائج والتوصيات	سابعاً

## شكل (1)

سيتم تناول كل محور بالتفصيل فيما يلي

"مجموعات تصميمية ملابس حديثة من خامات خاصة لجذب الانتباه وزيادة المبيعات في براند ملابس"

## أولاً تصميم وصناعة الملابس الجاهزة للأطفال

- تصميم وصناعة الملابس الجاهزة
- تصميم وصناعة الملابس وأهميتها
- صناعة الملابس الجاهزة للأطفال - سوق صناعة الملابس جاهزة للأطفال
- أهمية التصميم وعلاقته بباقي العناصر مختلفة للعملية الإنتاجية ككل العميل الفئة المستهدفة والصناعة ككل إن انتاك وسوق ومبيعات وتسويق -
- متغيرات عديدة تؤثر على المبيعات لملاص الأطفال بعض المؤثرات على مبيعات الملابس منها الطفل ، الأهل ، السعر ، السوق ، المنافسين ، المستهلك ، التصميم الخامه ، جودة الإنتاج ، الفئة المستهدفه ...

## ثانياً بعض العقبات التي تواجه التصميم والصناعة والمبيعات

- بعض الأزمات التي تمر بها البلد وتأثيرها على صناعة الملابس الجاهزة
- بعض الأزمات وعيوب ومميزاتها التي التي مرت على البلد وتأثيرها على صناعة الملابس الجاهزة
- صعوبة الاستيراد وتوفير العملة
- صعوبة الحصول على الخام والغزل والإكسسوارات
- تعويم الجنيه وتأثيره على سعر المنتجات
- تحويل الجنيه وتأثيره على القدرة الشرائية ومستوى المعيشة للأفراد
- الأزمة التي حدثت بعدم الشراء لموسم كامل عند ارتفاع الأسعار

## ثالثاً بعض الأفكار المقترحة لاستكمال المبيعات والإنتاج

- استخدام أفكار تصميمية جديدة مواكبة لخطوط الموضة والخامات وجودتها مع التصميم والطباعة
- استخدام خامات حديثة تغير اللون مع الاستخدام
- استخدام طباعة خاصة في الإلناره والقوام
- مجموعات متماشية مع الموضة واتجاهات الأطفال الحديثة وملابس الشباب والأهل ، فمنتج الطفل يتاثر بيئة الطفل ، أصدقاء الأطفال ، والأهل ، وتقليد الشباب ، والسوق ، والسعر ، والموضة ،
- والمشاهير ، والبلوجرز ، والتيك توكز المتابع لهم الأطفال

## رابعاً مجموعات تصميمية مقترحة بأفكار حديثة لجذب الانتباه وزيادة المبيعات

- مجموعات حديثة خامات حديثة - مواصفاتها وخاماتها - التصميمات
- محاولة إيجاد حلول تصميمية مختلفة
- محاولة إيجاد حلول تصميمية والمحافظة على عدم ازدياد التكلفة
- المجموعات متناسقة كاملة
- المجموعات متناسقة مع المجموعات الأخرى بالأفكار التصميمات الحديثة

## خامساً أفكار تسويق لجذب العميل وزيادة المبيعات

- عملاء الجملة والتصدير
- الاشتراك بمعرض المصانع بمصر لفتح سوق جديدة محلي أو دولي
- البروشور والمنشورات لجذب العملاء
- طريقة عرض المنتجات ومكانها بالمعرض والملصقات
- إرسال دعوات وصور المنتجات للتجارة متعاقدين فعلياً مع Brand الملابس
- البيع المباشر للجمهور عن طريق صفحات الإنترنت\_ اونلاين وسائل التواصل الاجتماعي وعرض منتجات الحديثة

## سادساً تقييم الفكرة

- تقييم الفكرة وتحقيق مبيعات
- تحقيق مبيعات
- الوصول للسوق أوسع جملة مستهلك محلي ودولي
- التأثير على مبيعات باقي المنتجات في الكولكشن الكبير

## سابعاً النتائج والتوصيات

- النتائج
- التوصيات

شكل (2)

## أولاً: تصميم وصناعة الملابس وأهميتها

- -تصميم وصناعة الملابس الجاهزة
- -تصميم وصناعة الملابس وأهميتها
- -صناعة الملابس الجاهزة للأطفال
- -سوق صناعة الملابس جاهزة للأطفال
- -أهمية التصميم وعلاقته بباقي العناصر مختلفة للعملية الإنتاجية ككل العميل الفئة المستهدفة والصناعة ككل إن انتاك وسوق ومبيعات وتسويق
- -متغيرات عديدة تؤثر على المبيعات لملاص الأطفال
- بعض المؤثرات على مبيعات الملابس منها الطفل ، الأهل ، السعر ، السوق ، المنافسين ، المستهلك ، التصميم الخامه ، جودة الإنتاج ، الفئة المستهدفه...

شكل (3)

## أولاً تصميم وصناعة ملابس الجاهزة للأطفال

تصميم وصناعة الملابس الجاهزة

يمثل قطاع صناعات الملابس الجاهزة والمفروشات المنزلية عنصراً أساسياً في الإقتصاد المصري؛ حيث يعد واحداً من أكبر القطاعات إسهاماً في التشغيل. إذ يوظف القطاع أكثر من 1.5 مليون عامل من العمالة المباشرة وتتضمن نحو 70 % من هذه العمالة من النساء وتصل النسبة من العمالة الغير مباشرة من مليون إلى 2 مليون عامل؛ ويسهم القطاع بنحو 3% من الناتج المحلي الإجمالي بقيمة تصل من 200 إلى 250 مليار جنيهاً سنوياً . و تستحوذ صناعة الملابس الجاهزة و

المفروشات المنزلية في السوق المحلية علي نسبة من 75% إلى 80% من احتياجات السوق ، كما يمثل القطاع حوالي

12% من الصادرات غير البترولية ، وذلك وفقاً للهيئة العامة للرقابة علي الصادرات والواردات. (2)

تعد صناعة الملابس الجاهزة عمود أساسي من اقتصاد الدولة في الصناعة هي ترس محرك أساسي لهضة أي دولة تحتل مصر مركز متميز في صناعة الملابس الجاهزة وتحقق دخلا من الانتاج المحلي وتصدير مصر للملابس الجاهزة.

حيث تتمتع مصر بميزة نسبية في صناعة الملابس الجاهزة نظراً لتوافر العمالة والأيدي الماهرة في تلك الصناعة لكن لايزال ما يتم تصديره للخارج دون المستوى المطلوب، حيث تصدر مصر بقيمة 2 مليار دولار فقط

قالت الدكتورة ماري لويس، رئيسة المجلس التصديري للملابس الجاهزة في تصريح لها إن مصر بها 240 مصنع يصدرون الملابس الجاهزة للخارج بقيمة تصل لنحو 2 مليار دولار مشيرة إلى أن صناعة الملابس الجاهزة تعد من الصناعات غير

الملوثة للبيئة، وتعد من الصناعات كثيفة العمالة وبالتالي يمكن توطئها في مصر داخل المناطق السكنية كثيفة السكان خاصة أنها تعتمد على 60% من الشباب مما يعزز من قدرتنا التنافسية ويقلل التكلفة ويزيد الإنتاج. (3)

أكد أن مصر متفوقة في هذه الصناعة مختلف تخصصاتها وتزداد صادرات مصر في الاعوام السابقة كل عام عن السابق في مجال الملابس الجاهزة.

نجد أن مصر لديها الكثير من كيانات المتميزة الكبيرة في تصميم وصناعة الملابس الجاهزة تعمل سواء للسوق المحلي أو التصدير وهي كيانات عملاقه

ويوجد أيضا في مصر العديد من الكيانات العملاقة التي تقوم بالتصنيع لماركات عالمية معروفة على مستوى العالم كله ذات جودة وشهر عالية وتباع على مستوى العالم بأكمله منها زارا بولو ليفيس مثلا و العديد من الماركات المختلفة العالمية التي

تصنع في مصر ومنها ما يتم تصميمه أيضا في مصر

### -أهمية تصميم وصناعة الملابس الجاهزة في مصر

فهي توفر فرص عمل كبيرة في الدولة

وتتنشط الاقتصاد المصري

وتوفر وتقلل من الاستيراد والاكتفاء بالإنتاج المحلي

زيادة العملة الصعبة بالبلد وفتح مجالات للتصدير وإيجاد المنتج المصري عالميا ، حيث تتميز مصر بصناعة الملابس الجاهزة وخدماتها وتصميماتها وجوده الإنتاج

حيث نكت أن لابد من تطوير منتجات والإنتاج وتصميماتها لملائمة السوق المحلي والسوق الدولي ومواكبة التغير السريع في خطوط موضحة والسوق والعرض والطلب

### -صناعة وتصميم الملابس جاهزة للأطفال

عند الحديث عن الصناعة للملابس الجاهزة وأهميتها نجد أن صناعة ملابس الأطفال أيضا جزء من هذه الصناعة الكبيرة وهو جزء مؤثر جدا

حيث يخاطب قطاع كبير من البلد واحتياجات متعددة

وتعد ملابس الأطفال من السلع المطلوبة باستمرار لسرعة نمو الطفل وأيضا احتياجاته العديده

ونجد أيضا أنه سوق واسع محلي أو دولي منتجاته متعددة باختلاف الفئات المستهدفه من الطبقات الاجتماعية مختلفة وأيضا اختلاف المنتجات المقدمة من ملابس بيبى أو من سن سنتين إلى 10 سنوات أو من سن 10 سنوات إلى 16 سنة

وأيضا طبيعة المنتجات سواء منزلية أو خروج أو سهرة أو مدرسة أو ملابس رياضية أو يونيفورم من الملابس الألعاب

المؤتمر الدولي السادس عشر - (الحضارة والفن وقبول الآخر "تحديات وفرص")  
الرياضية أو ملابس داخلية وغيرها العديد من المنتجات الملبس سية للأطفال وأيضا اختلاف الخامات المستخدمة منها  
المنسوجة أو التريكو

فكل منتج من هذه المنتجات له مواصفات و خصائص يتم تحقيق الغرض منها عن طريق المصمم والإنتاج والخامات

### - سوق صناعة الملابس جاهزة للأطفال

في سوق صناعة الملابس الجاهزة للأطفال العديد من المصانع والكيانات الكبيرة والصغيرة  
وتصميم وصناعة أيضا ماركات محلية ماركات تصنع محليا وتصدر ماركات تصنع في مصر لدى الغير وهي ماركات  
عالمية تباع على مستوى العالم بأكمله وذلك لتمييز مصر في هذه الصناعة  
وأنا قد أنه يوجد العديد من الفئات المجتمعية المختلفة في مصر التي يمكن توجيه منتج إليها وكل منهم يحظى بحصص معينة  
في السوق والإنتاج لدى المصانع

حيث لابد من دراسة الفئة المستهدفة من قبل المصمم لإنتاج الملابس الملائمة لها ولاحتياجاتها وذوقها الخاص

### - أهمية التصميم وعلاقته بباقي العناصر أن مختلفة العملية الإنتاجية ككل

يتأثر تصميم الملابس بالعديد من المؤثرات والعوامل المختلفة الكثيرة متشابهة معا منها إنتاج، التسويق، عمل، فئة مستهدفه،  
منافسين، سعر، مستوى اقتصادي ودخل و غيرها العديد من العوامل المختلفة المؤثرة على تصميم الملابس منها المباشر  
ومنها الغير مباشر

ناجد أن للبيع في التصميم لابد من دراسة السوق جيدا ومعرفة الفئة المستهدفه وطلباتها ورغبتها في التصميم وشكله  
واحتياجات الفئة المستهدفه في كل وقت عن الآخر وأيضا احتياجات الفئة المستهدفه من خامات تحقق الغرض من التصميم  
جودة إنتاج وسعر وكل عناصر العملية الإنتاجية متكاملة للوصول إلى التصميم والمنتج المناسب  
فل تصميم ليس فقط تصميم منتج ولكنه المعبر عن الرغبة الحقيقية للمستهلك ومتضامنا مع جميع مكونات ومراحل العملية  
الإنتاجية ككل من خامات والجودة وا إكسسوار وسعر وتغليف وتسويق  
ولابد أيضا من دراسة المستهلك وسلوكه ودوافع الشراء لديه لعمل التصميم المناسب الذي يخاطب احتياجاته وأيضا يحفزه  
على الشراء

ولا نهمل دراسة المنافسين ومنتجاتهم سواء المنافسين مباشرين أو الغير مباشرين والاستفادة منها ومحاولة التميز وإعطاء  
المنتج المصمم صفة تنافسية تجعل المنتج يستطيع على المنافسة وفرد ذاته داخل السوق الكبير  
وبالطبع دراسة اتجاهات الموضة والخطوط العالمية والحديثة في الإنتاج والتصميم لتصميم منتج جديد يتماشى مع اتجاهات  
الموضة في الصناعة ويستطيع منافسة في السوق المحيط محلي أو دولي ليصل إلى العميل مستهدف ويحقق الغرض من  
الملبس

وبذلك نجد أن تصميم الملابس يؤثر عليه العديد من العوامل الكثيرة متشابهة معا التي يجب مراعاتها دراستها جيدا قبل البدء  
في التصميم للوصول إلى التصميم الأمثل

### -متغيرات عديدة تؤثر على المبيعات لملايس الأطفال

هناك العديد من المؤثرة التي تؤثر على مبيعات ملابس الأطفال أو قرار شراء ملابس الأطفال قرار الشراء ليس متوقف  
فقط على الأهل أو الطفل فقط ولكن قرار الشراء لتصميم ملايسي للأطفال يتخذ الأهل بمعايير ومحدآت خاصة بهم وأيضا  
يشارك فيه الطفل لمعايير ومواصفات وطلبات خاصة به وبذلك يجب على المصمم مراعاة الطرفين الأهل والطفل لمحاولة  
الوصول لمعادلة متزنه في التصميم ترضي الطرفين

ونجد أيضا من المؤثرات التي تؤثر على قرار الشراء ومبيعات الملابس هي السعر والسوق وألم المنافسين وألم مستهلك الطفل والأهل التصميم والخدمة جودة الإنتاج والفئة المستهدفة والعديد من المتغيرات التي تطرأ في كل موسم وبذلك يجب على المصمم مراد كل هذه العوامل أثناء التخطيط ودراسة عمل التصميمات الجديدة للوصول إلى أعلى مبيعات متوقعه

للفئه

المستهدف

### ثانيا بعض العقبات التي تواجه التصميم والصناعة والمبيعات

- بعض الأزمات التي تمر بها البلد وتأثيرها على صناعة الملابس الجاهزة
- بعض الأزمات وعيوب ومميزاتها التي التي مرت على البلد وتأثيرها على صناعة الملابس الجاهزة
- صعوبة الاستيراد وتوفير العملة
- صعوبة الحصول على الخام والغزل والإكسسوارات
- تعويم الجنيه وتأثيره على سعر المنتجات
- تحويل الجنيه وتأثيره على القدرة الشرائية ومستوى المعيشة للأفراد
- الأزمة التي حدثت بعدم الشراء لموسم كامل عند ارتفاع الأسعار
- محاولة إيجاد حلول الاستمرار العمل وتحقيق المبيعات

#### شكل(4)

### ثانيا بعض العقبات التي تواجه التصميم والصناعة والمبيعات

-بعض الأزمات التي تمر بها البلد وتأثيرها على صناعة الملابس الجاهزة

تمر جميع البلاد بالأزمات في أوقات مختلفة وتختلف الأزمات وقوتها من وقت إلى آخر ومن حدث إلى آخر وهناك أزمات عديدة منها السياسية واقتصادية والأزمات ما بين البلاد المختلفة والأزمات في كل بلد على حدة وتتأثر أيضا بعض البلاد بالأحداث المختلفة في العالم وايضا تتأثر بالتالي في التجاره والصناعه وغيرها العديد من الأشياء

فمثلا عند حرب أوكرانيا وروسيا تأثر على العديد من البلاد بهذه الحرب ففي مصر مثلا أثرت على أسعار بعض السلع والصناعات بسبب هذه الحرب وبسبب أيضا استيراد بعض الخامات من أوكرانيا فبالتالي ارتفع سعرها في مصر

-ونجد أيضا تأثر الصناعة في مصر عند تغيير سعر الصرف وتعويم الجنيه مقابل الدولار

واثر ذلك أيضا على مستوى الدخل الفرد وقدرته الشرائية فبالتالي أثر على المبيعات للماركات المختلفه والصناعات المحليه وايضا المستورده

فنجد أن هناك أزمات عديدة تمر بها البلاد المختلفة على مر العصور تؤثر على الصناعات المختلفة والتجارة وأحداث الدول ككل وتؤثر أيضا على صناعة الملابس الجاهزة سواء بالسلب أو الإيجاب

-بعض الأزمات وعيوب ومميزاتها التي التي مرت على البلد وتأثيرها على صناعة الملابس الجاهزة

صعوبة الاستيراد وتوفير العملة

اثرت هذه الأزمة على الكثير من الصناعات والتجارة في مصر بالسلب في سهولة الحصول على المنتجات ومكملاتها\_

الداخله في التصنيع وذلك أثر على العملية التصنيع لفقدان بعض العناصر الأساسية وصعوبة الحصول عليها ففي الملابس الجاهزه هناك بعض مكمله مثل الأكسسوارات الأساسية الدخلة في التصنيع من أزرار أو سوسة لم يسهل الحصول عليها وبالتالي أثر على العملية الإنتاجية وازدياد سعرها أثر على سعر المنتج النهائي

ولكن هذه الأزمة أثرت بالإيجاب في نفس النقطة بفتح أسواق مصرية وصناعات مصرية لهذه المنتجات تنافس المستورده

وتأثر استيراد المنتجات الغير أساسية ورخيصة الثمن أيضا بفتح أسواق بديلة وصناعات بديلة للمنتج المصري التي بدأ

بالمناقسة المستورد وفرض نفسه في السوق بجودة أفضل من رخيصة الثمن المضرة التي كانت تأتي من الخارج

صعوبة الحصول على الخام والغزل والإكسسوارات وكان هذا من ضمن العقبات الكبيرة التي وجهت صناعة الملابس في

هذه الفترة لعدم ثبات سعر الغزل فكل يوم في زيادة مستمرة مع ازدياد سعر الدولار وبالتالي أثر ب على سعر المنتج نهائي

والقدرة على المنافسة والشراء من قبل العميل

وعند تعويم الجنيه وتأثيره على سعر المنتجات

حيث أثر على سعر المنتج النهائي لغو وارتفاع سعر جميع المنتجات الأساسية الداخلة في التصنيع وبالتالي السعر النهائي

للمنتج المرتفع مقارنة بالعام أو الموسم السابق لنفس الإنتاج

تعويم الجنيه وتأثيره على القدرة الشرائية ومستوى المعيشة للأفراد في هذه الأزمة أثرت أيضا على مستوى الدخل للفرد

فأصبح أقل مقارنة بسعر المنتجات المعروضة وارتفاع سعرها فيتالي أثرت على مستوى المعيشة والقدرة الشرائية وبدأ في

تقليل شراء لبعض المنتجات لمحاولة التكيف مع الأسعار الجديدة وهذا أثر على السوق المحلي والإنتاج لدى الصناعات

المختلفة وذلك على جميع الفئات

الأزمة التي حدثت بعدم الشراء لموسم كامل عند ارتفاع الأسعار

فظهرت هذه الأزمة وكانت صدمة لل سوق في الموسم الذي حدث فيه التغير الكبير للأسعار فالمشتري كان ما بين الصدمة

وارتفاع الأسعار وأيضا محاولة للتكيف مع الوضع والتكيف مع الدخل مع الاحتياجات وأيضا عدم تقبل الأسعار الجديدة في

المنتجات وبالتالي التأثير على المبيعات للشركات وذلك حدث في مجال الملابس الجاهزة ومحاولة التكيف وعدم شراء

الجديد واستخدام المتبقي من الموسم السابق وهذا الأزمة أثرت على سوق الملابس الجاهزة في هذا الموسم الكامل وخاصة

أنه كان شتاء وسعر وهو موسم قصير وسعر منتجاته دائما على في التكلفة قبلتال على في السعر

فقلت المبيعات بنسبة كبيرة جدا في ماركات مختلفة ومحلات الملابس بصفة عامة وملابس الأطفال بصفة خاصة إلى حد

الركود

وأصبح المستهلك يبحث عن السعر الأرخص بنفس الجودة

وهناك بعض المستهلكين انتقلوا من الفئة المستهدفة إلى الفئة الأقل في الجودة والسعر لمحاولة تلبية احتياجاتهم الملحة للقدرة

على الشراء

فأصبح هناك أزمة كبيرة للمصنعين في السوق المحلي في هذا الموسم في مجال الملابس عامة ومجال ملابس الأطفال بصفة

خاصة

محاولة إيجاد حلول للإستمرار في العمل وتحقيق المبيعات للماركات المختلفه والصناعات المختلفة المحلية

أصبح هو الهدف لدى العديد من الماركات للإستمرار في السوق والإنتاج

رغم الخسارة والأزمة التي مر بها في هذا الموسم

**ثالثًا بعض الأفكار المقترحة لاستكمال المبيعات والإنتاج**

- استخدام أفكار تصميميه جديدة مواكبة لخطوط الموضة والخامات وجودتها مع التصميم والطباعة
- استخدام خامات حديثة تغير اللون مع الاستخدام
- استخدام طباعة خاصة في الإنارة والقوام
- مجموعات متماشيه مع الموضه واتجاهات الأطفال الحديثه وملابس الشباب والأهل ، فمنتج الطفل يتاثر بيئته الطفل ، أصدقاء الأطفال ، والأهل ، وتقليد الشباب ، والسوق ، والسعر ، والموضه ، و المشاهير ، والبلوجرز ، والتيك توكركز المتابع لهم الأطفال

**شكل (5)****ثالثًا بعض الأفكار المقترحة لاستكمال المبيعات والإنتاج**

بدأ المصنعين في معرفة الأزمة ودراساتها ومحاولة إيجاد حلول للبقاء في السوق منها:

-تخفيض سعر المنتجات بالرغم من ارتفاع تكلفتها وتقليل هامش الربح بنسبة كبيرة لمحاولة زيادة مبيعات  
-تقديم عروض وخصومات

بالرغم من ارتفاع التكلفة ولكن تقديم عروض خصومات لزيادة مبيعات ول البقاء في السوق وعمل خصومات في نهاية الموسم بالرغم من في بعض الأحيان بيع منتج بسعر التكلفة أو أقل العوده رأس المال وأعاده الإنتاج والتخلص من المخزون من المنتجات الملب سية التي لم يتم شراؤها بسبب الأزمة اقتصادية

وكانت هذه من ضمن الحلول المقترحة المنفذة لدى بعض الماركات لمحاولة البيع في هذا الوقت

وأصبح لابد من التفكير في الموسم المقبل وإيجاد أفكار تصميمي جديدة لمخاطبة المستهلك وتحفيز على الشراء منها

-استخدام أفكار تصميميه جديدة مواكبة لخطوط الموضة والخامات وجودتها مع التصميم والطباعة

-استخدام خامات حديثة تغير اللون مع الاستخدام

-استخدام طباعة خاصة منها الإنارة والقوام والشكل وغيرها

-مجموعات متماشيه مع الموضه واتجاهات الأطفال الحديثه وملابس الشباب والأهل ، فمنتج الطفل يتاثر بيئته الطفل ، أصدقاء الأطفال ، والأهل ، وتقليد الشباب ، والسوق ، والسعر ، والموضه ، و المشاهير ، والبلوجرز ، والتيك توكركز المتابع لهم الأطفال

وذلك لتحفيز المستهلك على الشراء ومخاطبة طلبات واحتياجاته وإيجاد صفة تنافية في السوق أكبر للوصول إلى المستهلك وتحفيزه على الشراء بالرغم من تأثره المادي وقله قدرته علي الشراء

**رابعاً مجموعات تصميميه مقترحه بأفكار حديثة لجذب الانتباه وزيادة المبيعات**

- -مجموعات حديثة خامات حديثة - مواصفاتها وخاماتها - خاماتها
- التصميمات
- محاولة إيجاد حلول تصميمية مختلفة
- محاولة إيجاد حلول تصميميه والمحافظة علي عدم ازدياد التكلفة
- المجموعات متناسقة كاملة
- المجموعات متناسقة مع المجموعات الأخرى بالأفكار التصميمات الحديثة

**شكل(6)****رابعاً مجموعات تصميميه مقترحه بأفكار حديثة لجذب الانتباه وزيادة المبيعات**

هنا بدأ دور المصمم في محاولة إيجاد أفكار تصميميه جديدة مقترحه لجذب المستهلك للشراء سواء للمنتجات الموجودة بالفعل أو بالمنتجات المقترحة الحديثة في الموسم المستهدف شتاء 2023

فهنا ظهر دور التصميم في عمل مجموعة تصميميه جديدة متماش مع اتجاهات الموضة واحتياجات العميل بأفكار مختلفة لمحاولة تحقيق مبيعات أعلى للمجموعات الحديثة جذب المستهلك للمجموعات والإنتاج الباقية للكولكشن بأكمله.

فلا يمكن الاعتماد علي الفكره والمجموعات المقترحه فقط واهمال الإنتاج السنوي والمطلوب دائماً من العميل ولكن تاتر في موسم بسبب الأزمة الاقتصادية.

فالهدف من المجموعه الحديثه هي فتح سوق جديده وجذب المستهلك لاعاده الشراء وايضاً محاوله عدم ازدياد السعر لتلبية احتياجات السوق والدخل.

وهذه الفكره كالتالي :

- مجموعات ملبسيه من خامات حديثة:

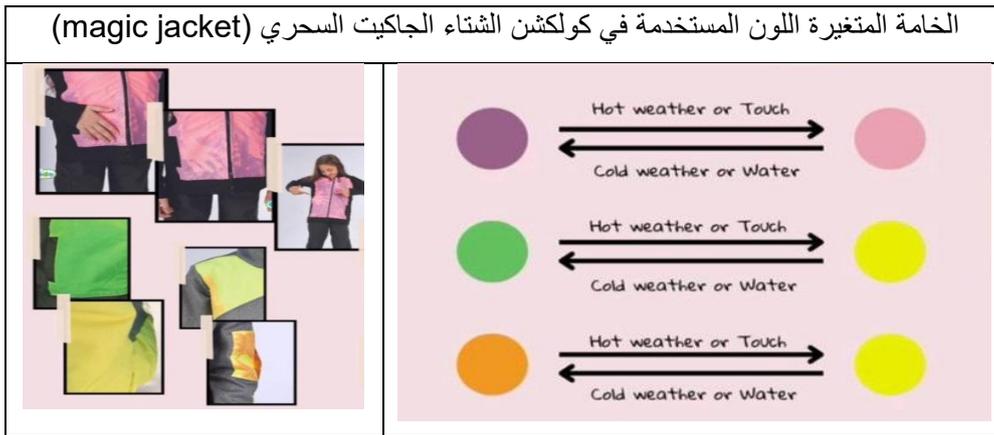
مواصفاتها وخاماتها هي خامات وتر برووف تستخدم في الشتاء في الجواكت دائماً ولكن في هذا ال الكولكشن استخدام الوتر برووف في الجواكت ولكن خامه يتغير لونها من لون إلى لون باختلاف الحرارة من برد إلى حر من حر إلى برد أو عند سقوط بعض نقاط الماء عليها

خامه (1) نجد اللون البيّنك يتغير إلى اللون الموف بتعرضه للجو البارد أو الهواء البارد أو سقوط بعض نقاط الماء عليه فتتول الخامه إلى اللون موف ، وإذا كانت لونها موف تتحول إلى اللون ال Pink بمجرد وضع اليد عليها أو تعرضها إلى أشعة الشمس أو الحرارة والتدفئة .

خامه(2) إذا كانت الخامه لونها برتقالي وتعرضت إلى الحرارة أو اشعه الشمس أو التدفئة تتحول إلى اللون الأصفر وإذا كان لونه أصفر وتعرضت إلى الجو البارد أو سقوط بعض قطرات الماء عليها تتحول إلى اللون البرتقالي.

خامه(3) إذا كانت الخامه لونها اخضر وتعرضت إلى الحرارة أو اشعه الشمس أو التدفئة تتحول إلى اللون الأصفر وإذا كان لونه أصفر وتعرضت إلى الجو البارد أو سقوط بعض قطرات الماء عليها تتحول إلى اللون الاخضر.

كالموضح بالشكل(7) التالي:



شكل (7)

تم اقتراح عمل مجموعات تصميمية من هذه الخامات لمخاطبه الطفل وجذب انتباهه، وجذب انتباه الأهل أيضا ولكن مع محاوله عدم ارتفاع السعر كثيرا بسبب ارتفاع سعر الخامه المستخدمه لإمكانية تحقيق مبيعات في ظل الأزمه الماليه التي يمر بها الأفراد.

#### المجموعات التصميمية المقدمة

المجموعة التصميمية المقدمة الجاكيت السحري (magic jacket) لكولكشن شتاء 2023 مكونة من مجموعة من الجواكيت للبنات والاولاد باختلاف الموديلات والاولاد ومنها المبطن والمبطن بالفرو وغير المبطن من الداخل



شكل (8)

تم عمل مجموعة من التصميمات للاولاد والبنات مع محاولة إيجاد حلول تصميمية مختلفة باستخدام نفس الخامه مع تحقيق الهدف والاحتياجات من المنتج وهي الجواكيت للتدفئة وسهولة الاستخدام ، مع محاولة إيجاد حلول تصميمية والمحافظة علي عدم ازدياد التكلفة الكلية للجواكيت عند استخدام الخامه المقترحة وذلك مقارنة بالجواكيت الاخرى وذلك ايضا لان تكلفة انتاج الجواكيت تعد من اعلي القطع فهي مرتفعة في الثمن بسبب ارتفاع تكلفتها من تشغيل وخامات وبطانات عادة او فرو او استخدام فايبر في البطانة في بعض الاحيان بالاضافة الي الاكسسوارات والتكلفة الاخرى للشركات ويظهر تغيير اللون في الاجزاء المستخدمة من الخامه التي يتغير لونها باللمس او الحرارة كالتالي:

تغيير اللون من الموف الي البينك عند اللمس او التعرض لاشعة الشمس او الحرارة



شكل(9)

- بعض الصور توضح اعجاب الاطفال اثناء التصوير بالمجموعة المصممة ولعبهم اثناء ارتداء الجاكيت مع بعض وفرحتهم بتغيير اللون



شكل(10)

-مجموعة الجاكيت السحري (magic jacket) المقدمة من ضمن الكولكشن الكبير للبراند مكونة من 7 موديلات من الجوكيت للبنات او الاولاد بالوانها الثلاثة المختلفة

وتم استخدام هذه الخامة في الجواكيت لاضافه قيمه جماليه وقيمه وظيفيه وايضاً قيمه في الجاكيت باكماله وإعطاء قيمه تنافسيه للجواكيت العاديه المطروحه في السوق من قبل المنافسين مع المحافظه علي جوده المنتج والغرض والوظيفه وايضاً إضافة لمسه جماليه في التصميم لرفع قيمته المنتج

### التصميم الاول: ماجيك جاكيت magic jacket

جاكيت من خامه الوتر بروف المشحم مبطن فرو وفايبر بكابيشون مبطن فرو ايضاً تم عمل أجزاء في التصميم من الخامة متغيرة اللون وهو جزء في الأمام من اسفل وقصة بطول الكم ظاهرة في الأمام والخلف وليس الكم كله

وتم ان استخدام الخامة في الجزء الأمامي من الاسفل لسهولة ظهورها للطفل واستخدامه لها ووضعها ايضاً في الاكمام لإظهارها وإعطاء شكل متجانس متكامل للتصميم

وجميع هذه الالوان تحقق تجانس مع اللون الاساسي للجاكيت وهو الكحلي وتم استخدام الخامه في شكل قصات لمحاولة التقليل الاستهلاك منها لارتفاع ثمنها ومحاولة استخدامها مع تقليل التكلفة للمنتج النهائي وخاصه ان الجواكيت يرتفع ثمنها في الأساس



شكل(11)

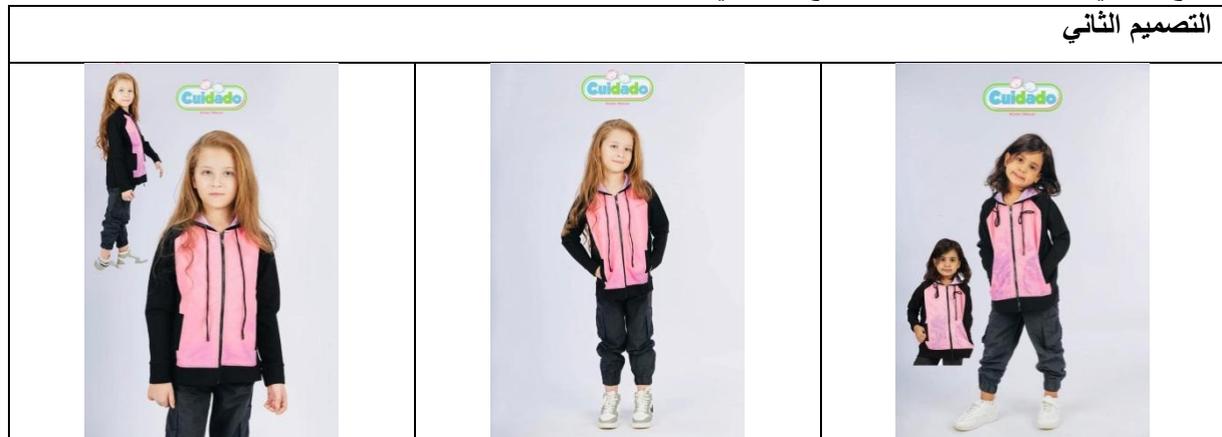
### التصميم الثاني: ماجيك جاكيت magic jacket

جاكيت اسود من خامه غاطس ليكرا بكابيشون مبطن لون من الوان الخامه متغيرة اللون المستخدمة والخامه المصنوع منها الجاكيت هي خامه تستخدم في الملابس الرياضية (التريننج) ايضا وهي خامه خفيفة الي حد ما ولكنها تدفء بشكل كبير وتم عمل هذا التصميم بهذة الخامه لسهولة الاستخدام من قبل الاطفال وارتدائها فوق اي ملابس في مثل ملابس التمارين الرياضية

تم عمل الجزء الامامي كله في التصميم من الخامه متغيرة اللون وهو جزء في الامام فقط وتم استخدام الخامه في الجزء الامامي لسهولة ظهورها للطفل واستخدامه لها ولم يتم تكرارها لانها مستخدمة كثيرا في هذا التصميم اي الامام كله

فلون الجاكيت الأساسي اسود والقصات المستخدمة من الخامه متغيره اللون بالثلاثه الوان المتواجده (بينك- موف ) ( اصفر - اخضر ) ( اصفر - برتقالي)

وجميع هذه الالوان تحقق تجانس مع اللون الاساسي للجاكيت وهو الاسود وتم استخدام الخامه في شكل قصات لمحاولة التقليل الاستهلاك منها لارتفاع ثمنها ومحاولة استخدامها مع تقليل التكلفة للمنتج النهائي وخاصه ان الجواكيت يرتفع ثمنها في الأساس.



شكل(12)

جاكيت ابيض من خامه الوتر بروف مبطن فرو وفايبر بكابيشون مبطن فرو ايضاً  
 تم عمل أجزاء في التصميم من الخامه متغيرة اللون وهو جزء في منتصف الأمام بالعرض وقصة في المنتصف الاسفل  
 للكم وليس الكم كله وايضا عمل جيب خارجي كبير في الخلف من نفس الخامه متغيرة اللون  
 وتم استخدام الخامه في الجزء الأمامي والاكمام لسهولة ظهورها للطفل واستخدامه لها ووضعها أيضا في الخلف لإظهارها  
 وإعطاء شكل جديد متجانس متكامل للتصميم  
 فلون الجاكيت الأساسي ابيض والقصات المستخدمة من الخامه متغيره اللون بالثلاثة الوان المتواجده (بينك- موف ) ( اصفر  
 - اخضر ) ( اصفر - برتقالي)

وجميع هذه الالوان تحقق تجانس مع اللون الاساسي للجاكيت وهو الابيض  
 وتم استخدام الخامه في شكل قصات لمحاولة التقليل الاستهلاك منها لارتفاع ثمنها ومحاولة استخدامها مع تقليل التكلفة  
 للمنتج النهائي وخاصة ان الجواكيت يرتفع ثمنها في الأساس



شكل(13)

### التصميم الرابع: ماجيك جاكيت magic jacket

جاكيت مبطن بخامة البطانة الخفيفة بكابيشون مبطن ايضاً ، مصنع باكملة من خامه الوتر بروف المتغيرة اللون بالوانها  
 الثلاثة

تم الاعتماد في تصميم الجاكيت علي الخامه وعلي الموديل والقصات البسيطة فيه وانه طويل اعلي الركبة قليلا تم التصميم  
 من الخامه متغيرة اللون باكملة

فلون الجاكيت من الخامه متغيره اللون بالثلاثة الوان المتواجده (بينك- موف ) ( اصفر - اخضر ) ( اصفر - برتقالي)  
 وهذا الجاكيت الوحيد في الكولكشن تم استخدام الخامه في كل الموديل والاعتماد عليها مما زاد من تكلفة المنتج مقارنة  
 بالآخرين في نفس الكولكشن وللتقليل تم عمل بطانه عاديوليست فرو مبطن بالفايبر وتم ايضاً عمل التصميم طويل كي يميل  
 الي البالطو وليس جاكيت عادي لاعطاء قيمة مقابل السعر



شكل(14)

**التصميم الخامس: ماجيك جاكيت magic jacket**

جاكيت رمادي غامق من خامه غاطس بكابيشون مبطن لون من الوان الخامه متغيرة اللون المستخدمة والخامه المصنوع منها الجاكيت هي خامه تستخدم في الملابس الرياضية (التريننج) ايضا وهي خامه خفيفة الي حد ما ولكنها تدفء بشكل كبير وتم عمل هذا التصميم بهذة الخامه لسهولة الاستخدام من قبل الاطفال وارتدائها فوق اي ملابس في مثل ملابس التمارين الرياضية وتم استخدام الخامه في الجزء الأمامي من الاسفل لسهولة ظهورها للطفل واستخدامه لها ووضعها أيضا في الاكمام لإظهارها في شكل قصة من اعلي بعرض الكم لإعطاءه شكل متجانس متكامل للتصميم تم عمل الجزء الامامي من اسفل في التصميم من الخامه متغيرة اللون مع جزء في الكم ، وتم استخدام الخامه في الجزء الأمامي لسهولة ظهورها للطفل واستخدامه لها فلون الجاكيت الأساسي رمادي غامق والقصات المستخدمة من الخامه متغيره اللون بالثلاثة الوان المتواجده (بيك- موف ) (اصفر - اخضر ) ( اصفر - برتقالي) وجميع هذه الالوان تحقق تجانس مع اللون الاساسي للجاكيت وهو الرمادي الغامق وتم استخدام الخامه في شكل قصات لمحاولة التقليل الاستهلاك منها لارتفاع ثمنها ومحاولة استخدامها مع تقليل التكلفة للمنتج النهائي وخصه ان الجواكيت يرتفع ثمنها في الأساس



شكل(15)

جاكيت رمادي فاتح من خامه غاطس بكابيشون مبطن لون من الوان الخامه متغيرة اللون المستخدمة والخامه المصنوع منها الجاكيت هي خامه تستخدم في الملابس الرياضية (التريننج) ايضا وهي خامه خفيفة الي حد ما ولكنها تدفء بشكل كبير وتم عمل هذا التصميم بهذة الخامه لسهولة الاستخدام من قبل الاطفال وارتدائها فوق اي ملابس في مثل ملابس التمارين الرياضية وتم انستخدم الخامه في الجزء الأمامي من اعلى كقصة مائلة بعرض الصدر ووضعها أيضا في الاكمام بشكلجيوب خارجية لإظهارها في شكل جمالي و لإعطاء شكل متجانس متكامل للتصميم وتم عمل طباعة علي الجاكيت في شكل نقاطماء ساقطة غير منتظمه من اللونين المتغيريين للخامه في التصميم الواحد فلون الجاكيت الأساسي رمادي فاتح والقصات المستخدمه من الخامه متغيره اللون بالثلاثة الوان المتواجده (بينك- موف ) (اصفر - اخضر ) ( اصفر - برتقالي) متجانسة مع لون بطانة الكابيشون والطباعة المستخدمة وجميع هذه الالوان تحقق تجانس مع اللون الاساسي للجاكيت وهو الرمادي الفاتح وتم استخدام الخامه في شكل قصات لمحاولة التقليل الاستهلاك منها لارتفاع ثمنها ومحاولة استخدامها مع تقليل التكلفة للمنتج النهائي وخاصة ان الجواكيت يرتفع ثمنها في الأساس



شكل(16)

### التصميم السابع: ماجيك جاكيت magic jacket

جاكيت رمادي فاتح من خامه غاطس بكابيشون مبطن لون من الوان الخامه متغيرة اللون المستخدمة والخامه المصنوع منها الجاكيت هي خامه تستخدم في الملابس الرياضية (التريننج) ايضا وهي خامه خفيفة الي حد ما ولكنها تدفء بشكل كبير وتم عمل هذا التصميم بهذة الخامه لسهولة الاستخدام من قبل الاطفال وارتدائها فوق اي ملابس في مثل ملابس التمارين الرياضية وتم انستخدم الخامه في الجزء الأمامي من اعلى كقصة مائلة بعرض الصدر ووضعها أيضا في الاكمام بشكلجيوب خارجية لإظهارها في شكل جمالي و لإعطاء شكل متجانس متكامل للتصميم فلون الجاكيت الأساسي رمادي فاتح والقصات المستخدمه من الخامه متغيره اللون بالثلاثة الوان المتواجده (بينك- موف ) (اصفر - اخضر ) ( اصفر - برتقالي) متجانسة مع لون بطانة الكابيشون وجميع هذه الالوان تحقق تجانس مع اللون الاساسي للجاكيت وهو الرمادي الفاتح



شكل(17)

المجموعات متناسقة كاملة

وتم عمل باقي الكولكشن الشتوي من مجموعات متناسقة من منتجات البراند المتماشية مع الموضة والفئة المستهدفة واحتياجاتهم ايضا ، فتم عمل المجموعات متناسقة مع المجموعات الأخرى بالأفكار التصميمات الحديثة

### خامسا أفكار تسويق لجذب العميل زياده المبيعات

- اولا: عملاء الجملة والتصدير
- الاشتراك بمعرض المصانع بمصر لفتح سوق جديدة محلي أو دولي
- البروشور والمنشورات لجذب العملاء
- طريقة عرض المنتجات ومكانها بالمعرض والملصقات
- إرسال دعوات و صور المنتجات للتجارة متعاقدين فعليا مع Brand الملابس
- -ثانيا: البيع المباشر للجمهور عن طريق صفحات الإنترنت\_ اونلاين وسائل التواصل الاجتماعي وعرض منتجات الحديثة

شكل(18)

### خامسا أفكار تسويق لجذب العميل زياده المبيعات

-اولا: عملاء الجملة والتصدير:

-الاشتراك بمعرض المصانع بمصر لفتح سوق جديدة محلي أو دولي

يقوم في مصر مجموعة من المعارض المتخصصة لمصنعي الملابس الجاهزة للأطفال وتقام هذه المعارض عادة مرتين في العام مرة لعرض منتجات الموسم الصيفي ومره اخري لعرض منتجات الموسم الشتوي وينظم هذه المعارض أكثر من شركة كل شركة باسم معرض مثل معرض نيللي - معرض دفيليه كيدز .... وهي معارض تخاطب تجار الجملة وتجار الجملة في البلاد الخارجية للتصدير وذلك للشراء من مصنعي الملابس جاهزة للأطفال في مصر.

بوستر المشاركة بالمعرض للبراند وپروشور المعرض المجمع لجميع البراندات والمصانع  
المشاركة بالمعرض وخريطة المعرض

شكل (19)

حيث يتم اشتراك المصنع والبراند كل موسم ، فتم اشتراك المصنع هذا الموسم في المعرض الأكبر الاول علي مستوي السوق لمصنعي الملابس الجاهزه وتخصيص مكان للبراند  
**-طريقة عرض المنتجات ومكانها بالمعرض والملصقات :**  
تم عرض الكولكشن الحديث الجاكيث السحري magic jacket , في مكان ظاهر ، فتم عرضهم في الواجهه للجمهور وفي الطرف من الجانب لسهولة رؤيته للجمهور والزائرين، وعمل ملصقات توضح الفكره للمستهلكين والتجار المستهدفين لجذب انتباههم شكل(20) ، شكل(21)



## صور بعض الملصقات علي الجواكيت والهائج تاج لبيين الفكرة التصميمية للمستهلك



شكل(21)

-وضع أيضا صور للكولكشن الجديد على البارتنش بحجم كبير لجذب العملاء وكتابه اسمه magic jacket

## صور البارتنش للبراند والملصقات المعقدة عليه وجانبه



بانر اخر معلق في الجنب الثاني لبارتنش البراند وعليه ايضا  
صور للمنتجات والبيانات

بانر المعلق في واجهة مكان العرض وعليه صور ال  
magic jacket وصور لمنتجات البراند وال qr  
code من خلاله تحمل جميع بيانات ومعلومات عن البراند

شكل(22)

-البارتنش للبراند والمحيط:

من ضمن المميزات تواجد الجزء المخصص للعرض ووضع الكولكشن الجديد في الوجهه والطرف بجانب محل شهير  
للمشروبات المتواجد في المعرض مما ادي الي مشاهد الكولكشن الجديد وتغير الخامه من قبل مستهلكين اخرين أثناء قيامهم  
بشراء مشروبات او أخذ استراحة أثناء السير ، واصبحو عملاء جدد للبراند ، كما يوجد امام البارتنش استراحة ومكان  
التعاقبات.

## البارتنش والمحيط



شكل(23)

عمل المنشورات التي توزع علي الزوار في المعرض أمام المكان المخصص للعرض وفي الاماكن المختلفه للمعرض وخارج المعرض، ووضع فيها صور لبعض المنتجات الحديثه في الكولكشن الجديد وتسميتها بالجاكيت السحري magic jacket ووضع صور الجواكت وتغيير ألوانها لجذب العملاء ، ووضع أيضا صور أخرى للمنتجات و إظهار جودة خامتها وتصميمها



شكل(24)

-وضع صور Collection الجديد على الهدايا موزعة على الجمهور سواء الزائرين لمكان العرض أو الموزع عليهم بالعرض ككل أو في الخارج



شكل(25)

وطبعا كل ذلك في خلال الهوية الخاصه بالبراند وتماشي جميع المنشورات والهدايا مع شكل وشخصيه البراند لإظهار شخصيته وهويته ، ويظهر ذلك في مكان العرض و البوسترات والبروشور و الهدايا وغيرها التي تخاطب الفئه المستهدفه وفتح أسواق جديده داخل مصر او خارج مصر

- إرسال دعوات و صور المنتجات للتجارة متعاقدين فعليا مع Brand الملابس

تم إرسال دعوة لزيارة المعرض للتجارة متعاقدين فعليا مع ال براند لمشاهدة الكولكشن الجديد وتم توزيع المنتجات لدى التجار المتعاقدين فعليا مع براند من قبل بيعها للمستهلك المستهدف النهائي وزيادة المبيعات في ظل الأزمه السابقه من قله المبيعات

بعض صور من التغطية الاعلامية للمعرض شكل(26)



شكل(26)

**ثانيا: البيع المباشر للجمهور** عن طريق صفحات الإنترنت\_ اونلاين ووسائل التواصل الاجتماعي فيس بوك- انستجرام -تيكتوك-تليجرام - سناب شات- بينتريست وعرض المنتجات الحديثة  
عرض المنتجات الحديثه ومخاطبه المستهلك النهائي المستهدف وجذب انتباهه وإيجاد ميزه تنافسيه لتحقيق المبيعات لديه وعمل المنشورات لإظهار الفكره ، وايضا عرض المنتجات الاخري في الكولكشن

### سادسا تقييم الفكرة

- تقييم الفكرة وتحقيق مبيعات
- تحقيق مبيعات
- الوصول للسوق أوسع جملة مستهلك محلي ودولي
- التأثير على مبيعات باقي المنتجات في الكولكشن الكبير

شكل(27)

### سادسا تقييم الفكرة

وهنا لابد من معرفه هل تم تحقيق الهدف من الفكره وزيادة المبيعات وفتح أسواق جديده للجمله محليه او دوليه او للمستهلك النهائي في ظل الأزمة الاقتصادية ام لم تحقق الهدف  
فجد ان تقييم الفكرة وتحقيق مبيعات  
تحقيق مبيعات: حققت مبيعات لعملاء جملة محليين وجدد تم جذبهم بالفكرة التصميميه الجديدة المقترحة لتقديمها إلى المستهلك النهائي وأيضاً شراء من باقي المجموعة تصميمية للكولكشن الكامل للبراند وذلك لإعجابهم بالفكرة وثقتهم في تقديم الجديد للعميل رغم الأزمة الاقتصادية وتوقعهم انه سيقدم على الشراء لا لإعجابهم بالفكرة ودراستهم للعميل واحتياجاته وهي ليست فكره فقط ولكن محققه في سعر تنافسي مع الجاكييت المماثل بنفس الجوده والسعر ولكن بفكره مميزه.  
-شراء المنتج ايضاً الجديد ومجموعات من باقي الكولكشن من قبل تجار الجملة للخارج.  
-شراء المنتج وايضاً الكولكشن من قبل التجار الموزعين للبراند من قبل وتقديمها للمستهلك النهائي.  
-شراء المنتج من قبل المستهلك النهائي وتحقيق المبيعات في ظل الأزمة الاقتصادية.

-ثقه العميل الجديد في المنتج وشراء باقي المنتجات للبراند وبذلك الوصول للسوق أوسع جملة مستهلك محلي ودولي

التأثير على مبيعات باقي المنتجات في كولكشن الكبير

-تكرار انتاج المجموعات التصميمية المقترحة بخامات جيدة في نفس الموسم بعد نفاذ مبيعات الكمية المصنعة الاولى للطلب عليها

-تكرار عمل مجموعات تصميمية مشابهه وبنفس الافكار للموسم التالي شتاء 2024 بناء لطلب العميل ودراسة السوق وذلك يثبت نجاح الفكرة وتحقيق المبيعات ازيد وفتح سوق جديدة عند التطوير في التصميم وطرح افكار جديدة وتقديمها للسوق وللمستهلك وتحقق رغباته واحتياجاته وبذلك تحقيق مبيعات اكبر في ظل الأزمه الاقتصاديه التي مرت علي البلد واثرت علي المستهلك والقدره الشرائيه.

#### سابعا النتائج والتوصيات

- -النتائج
- التوصيات

شكل(28)

#### سابعا النتائج والتوصيات:

##### النتائج

للتصميم دور كبير في التأثير على المبيعات لل براند والمصانع المختلفة الأفكار الحديثة توظيفها الاحتياجات السوق تؤثر بالإجابة على المبيعات استخدم التكنولوجيا الحديثة والجديد وربط دائما بالسوق والتصميم ومتغيرات المختلفة واحتياجات العميل فهي منظومة متكاملة لا بد من تضافر جميع عناصرها معا لتحقيق أعلى ربح وأعلى فائدة عدم الوقوف عند الأزمات ولكن التفكير دائما في الحلول المختلفة لتخطي الأزمه والاستفادة والبقاء في العمل والسوق دراسة احتياجات العميل وسوق والمنافسة والمؤثرة المختلفة على القدرة الشرائية ومعرفة أسباب الشراء وعدم الشراء هل متعلقة بالمنتج أو التصميم أم الجودة أو متغيرات خارجية تؤثر على السوق أو البلد بأكملها لإمكانية البقاء والاستمرار بالعمل والمنافسة بعض المحن تتحول إلى منح لا بد من الدراسه والاستفاده والتعلم كفتح أسواق خارجيه رغم الأزمه الاقتصاديه تقديم افكار تصميميه لمنتجات جديده للمستهلك لفتح سوق جديده وازدياد المبيعات القدره علي تقديم نتائج وافكار حديثه مع عدم زياده التكلفة باستخدام حلول تصميميه متعدده للتقليل من استخدام الخامات العاليه في السعر في الحلول التصميميه المقترحه

##### التوصيات

لا بد من دراسه جميع العوامل المؤثره بطريقه مباشره او غير مباشره علي المنتج وإنتاجه ومبيعاته للوصول الي الوضع الحقيقي للشركه ومعرفه العميل المستهدف وتضافر جميع عناصر العمليه الانتاجيه من تصميم تصنيع انتاج .... معا للوصول الي افضل النتائج الاهتمام بالتصميم ودراسه السوق مع باقي عناصر العمليه الانتاجيه لتقديم افضل النتائج المتوقعه للفئه المستهدفه العمل دائما علي تقديم افكار جديده للمستهلك لفتح سوق جديده

**المراجع**

اعتمدت الدراسة بأكملها على دراسة السوق ونسوق المحيط ومشاهدة والتقييم عن طريق الباحثة عن طريق مقابلات والتجربة الحقيقية واختبار السوق ومصانع ماركات حقيقية وتحقيق المبيعات من قبل تجار الجملة والمستهلكين وتنفيذ التجربة والتحليل في مصنع وبراندا ملابس اطفال حقيقي في السوق المصري المحلي وأيضا المصنع للخارج والتصدير

**مراجع الانترنت:**

- 1-[https://www.alarabiya.net/aswaq/special-stories/2024/03/07/%D9%87%D8%B0%D9%87-%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D8%B1%D8%AF%D9%88%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%81%D8%B9%D8%A7%D9%84-%D8%AD%D9%88%D9%84-%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B1%D9%83%D8%B2%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B1%D9%8A#:~:text=%D9%88%D9%81%D9%8A%2021%20%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%B3%2F%D8%A2%D8%B0%D8%A7%D8%B1%202022,%D8%A5%D9%84%D9%89%20%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%A7%D8%AA%2050%20%D8%AC%D9%86%D9%8A%D9%87%D8%A7%20%D9%84%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1\(20-3-2025\)12pm](https://www.alarabiya.net/aswaq/special-stories/2024/03/07/%D9%87%D8%B0%D9%87-%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D8%B1%D8%AF%D9%88%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%81%D8%B9%D8%A7%D9%84-%D8%AD%D9%88%D9%84-%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B1%D9%83%D8%B2%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B1%D9%8A#:~:text=%D9%88%D9%81%D9%8A%2021%20%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%B3%2F%D8%A2%D8%B0%D8%A7%D8%B1%202022,%D8%A5%D9%84%D9%89%20%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%A7%D8%AA%2050%20%D8%AC%D9%86%D9%8A%D9%87%D8%A7%20%D9%84%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1(20-3-2025)12pm)
- 2- <https://ecahtegypt.com.eg/about> موقع غرفة الصناعة والتجارة المصرية (25-3-2025)12pm
- 3- <https://arabfinance.com/News/newdetails/16949> (25-3-2015)1pm