

**معهد الدلتا العالي لنظم المعلومات الإدارية**

**والمحاسبية**

**منصة للتسوق الذكي في المدينة**

مشروع التخرج مقدم كمتطلب جزئي للحصول على درجة البكالوريوس في نظم المعلومات الادرايه

تحت اشراف

**د/ إبراهيم الحسنوني**

مشرف مساعد

**م/ احمد نصار**

**2024 -2023**

المنصوره ... مصر

صدق الله العظيم

بسم الله الرحمن الرحيم

(وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ)



رئيس مجلس الاداره ورئيس مجلس الأمناء بجامعة الدلتا للعلوم ورئيس اكاديمية الدلتا للعلوم التي تعد اهم الصروح التعليميه بالشرق الأوسط علي الاطلاق و تكنولوجيا المعلومات.

نهدي هذا العمل متقدمين باسمي ايات الشكر والتقدير

للدكتور

/ محمد ربيع ناصر

اهداء



والذي نفتخر بان يكون تخرجنا ان شاء الله تحت عمادته حيث أعادلنا وللدلتا الرياده في كل شيء من خلال دعمه المتواصل لنا في كل خطوات التعليم و التدريب ونظام الامتحانات ومتابعته لنا في كل خطات التعلم و اعداد المشروع وتسهيل جميع الصعاب لاجل مستقبل افضل باذن الله

داعيين الله لسيادته بدوام التوفيق و التقدم والسداد

نتقدم باسمي ايات الشكر و العرفان بالجميل للسيد

الأستاذ الدكتور

/ أحمد أبو الفتوح

عميد معهد الدلتا العالي لنظم المعلومات الادرايه و المحاسبيه

شكروعرفان

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **المسلسل** | **كود الطالب** | **الاسم** |
|  | 2001968 | احمد خالد محمد إسماعيل محمود |
|  | 2000398 | احمد محمد كمال الدين محمد عثمان |
|  | 2000914 | احمد مسعد عبدالرؤف محمد |
|  | 2000597 | اسراء محمد إبراهيم إبراهيم العدوي |
|  | 2000199 | جهاد محمد الحسيني عبدالله |
|  | 2000144 | حازم محمد لطفي حسنين |
|  | 2000849 | حامد محمد حامد المعتصم حامد |
|  | 2001703 | حسام الحسين جعفر إسماعيل سيد |
|  | 2000627 | حسام جمال عبدالشافي عبد الفتاح السيد |
|  | 2001930 | حسناء عبدالونيس عبدالله عبدالونيس |
|  | 2001036 | حسناء محمد الغريب محمد المهدي |
|  | 2001061 | حسني كمال عبدالله الامام |
|  | 2000990 | رقيه محمد احمد إسماعيل |
|  | 2000540 | سعد عبدالعليم عبدالرؤف عبدالعليم |
|  | 2000821 | طارق حسام رمضان عبدالسلام |
|  | 2001656 | عاطف السعيد فتحي إبراهيم |
|  | 2001074 | عبدالرحمن جمال دياب عبدالرحمن اللمعي |
|  | 2001432 | علاء عادل عز الرجال سليم |
|  | 2001148 | عمر احمد سعد منصور |
|  | 2001082 | مصطفي خيري مصطفي السيد |

[الفصل الأول:-............................................................................ 8](#الفصل_الاول)

[المقدمة:-.................................................................................... 8](#المقدمه)

[مفهوم خدمات المنصه:-................................................................. 9](#مقهوم_خدمات_المنصه)

[المشاكل:-.................................................................................... 9](#المشاكل)

[كيف تم حل المشكله:-.................................................................. 10](#كيف_تم_حل_المشكله)

[الهدف من المنصه:-...................................................................... 10](#الهدف_من_المنصه)

[مميزات:-.................................................................................... 11](#مميزات)

**المقدمه:-**

صفحات التسوق الإلكتروني هي المنصات الرقمية التي تتيح للأفراد شراء المنتجات والخدمات عبر الإنترنت. تعتبر هذه الصفحات جزءًا أساسيًا من ثورة التجارة الإلكترونية التي شهدتها الأنترنت في العقود الأخيرة.

**إليك ملخصًا لبعض المميزات المهمة حول صفحات التسوق الإلكتروني:**

* **التوفر والراحة:** تعتبر صفحات التسوق الإلكتروني مركزًا للمنتجات والعروض التجارية التي يمكن الوصول إليها على مدار الساعة. يمكن للمستخدمين تصفح الموقع واختيار المنتجات بسهولة ومرونة من دون الحاجة للذهاب إلى المتاجر الفعلية.
* **تنوع المنتجات:** توفر صفحات التسوق الإلكتروني تشكيلة واسعة من المنتجات والسلع التي يمكن شراؤها عبر الإنترنت. بدءًا من الملابس والإلكترونيات وحتى الأثاث والمواد الغذائية، يمكن للمستخدمين العثور على تشكيلة متنوعة من المنتجات والعلامات التجارية.
* **مراجعات المنتجات:** على معظم صفحات التسوق الإلكتروني، يمكن للعملاء ترك تقييمات ومراجعات حول المنتجات التي قاموا بشرائها. هذا يساعد المستخدمين الآخرين في اتخاذ قرارات شراء مستنيرة وفهم تجارب العملاء السابقين.
* **الأمان وطرق الدفع:** تعتمد صفحات التسوق الإلكتروني على تقنيات آمنة لحماية معلومات المستخدمين الشخصية والمعاملات المالية يقدم معظمها خيارات دفع آمنة مثل الدفع بواسطة البطاقة الائتمانية أو بوابات الدفع الإلكتروني.

**صفحات التسوق الإلكتروني توفر تجربة تسوق مريحة ومثالية للأشخاص الذين يبحثون عن راحة التسوق عبر الإنترنت ومجموعة واسعة من المنتجات. إنها استجابة للازدياد الكبير في التجارة الإلكترونية في العصر الرقمي وتعكس التغيرات في عادات التسوق للمستهلكين في الوقت الحاضر.**

**الفصل الأول**

**مفهوم خدامات المنصة :-**

مفهوم منصة التسوق الذكي في المدينة يتمحور حول استخدام التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة التسوق في المدينة. تعتمد هذه المنصة على توفير حلول تكنولوجية مبتكرة للمستهلكين والتجار لتسهيل عملية الشراء وتحسين الكفاءة والملاءمة

**يتضمن مفهوم منصة التسوق الذكي في المدينة عدة عناصر، بما في ذلك:**

* **موقع الويب:** يتم استخدام تطبيقات الهاتف المحمول لتوفير واجهة سهلة الاستخدام ومريحة للمستهلكين لتصفح المنتجات والمتاجر والقيام بعمليات الشراء بكل سهولة وسرعة
* **البحث والتصفية:** يتيح المفهوم الذكي للتسوق في المدينة للمستهلكين البحث عن المنتجات بسهولة وتصفيتها بناءً على الماركة والسعر والميزات الأخرى المفضلة للمستهلك
* **التوصيات الشخصية:** يعتمد المفهوم الذكي للتسوق في المدينة على تحليل بيانات المستخدم واهتماماته وسلوكياته لتوفير توصيات شخصية وعروض خاصة تناسب اهتمامات المستهلك وتحسين تجربته
* **التكامل مع البائعين والتجار:** يعمل المفهوم الذكي للتسوق في المدينة على توفير تكامل مع البائعين والتجار لتوفير معلومات شاملة عن المنتجات والعروض الخاصة والتوصيل السريع
* **الدفع الآمن والسهل:** يتيح المفهوم الذكي للتسوق في المدينة الدفع الآمن والسهل عبر الإنترنت وتوفير خيارات دفع متعددة لراحة المستهلك

**باختصار، يهدف المفهوم الذكي للتسوق في المدينة إلى تحسين تجربة التسوق للمستهلكين وتوفير بيئة تسوق مريحة وفعالة باستخدام التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي**

**المشاكل:-**

**من بين المشاكل المحتملة التي قد تواجه منصة التسوق الذكي في المدينة:**

* **مشكلات التوصيل:** قد تواجه المنصة صعوبات في توفير خدمة التوصيل السريع والموثوق بها للمستهلكين، مما يؤثر على تجربة التسوق العامة.
* **قلة البيانات:** في حالة عدم توفر كمية كافية من البيانات حول المنتجات وتفضيلات المستخدمين، قد تكون التوصيات الشخصية غير دقيقة.
* **مشاكل تقنية:** قد تواجه المنصة مشاكل تقنية مثل انقطاع الخدمة أو بطء التحميل، مما يؤثر على تجربة المستخدم.
* **قضايا الأمان:** من الممكن أن تواجه المنصة مشاكل فيما يتعلق بالأمان وحماية المعلومات الشخصية للمستخدمين، مما يؤثر على ثقة المستهلكين في المنصة.
* **قضايا الدفع:** قد تواجه المنصة مشاكل فيما يتعلق بعمليات الدفع الإلكتروني، مثل انقطاع الاتصال أو مشاكل في معالجة الدفع، مما يؤثر على تجربة التسوق.

**منصة التسوق الذكي في المدينة تواجه تحديات مثل مشكلات التوصيل وقلة البيانات، مما يتطلب حلا فعّالًا. يجب على المنصة تحسين خدمات التوصيل وجودة البيانات، والتركيز على الصيانة التكنولوجية وتعزيز الأمان. كما يتعين عليها تسهيل عمليات الدفع الإلكتروني وتحسين تجربة المستخدم لتحقيق رضا وثقة المستهلكين.**

**كيف تم حل المشكله:-**

تم التغلب على تحدي التصفح الذكي في منصة التسوق في المدينة من خلال الاستناد إلى حلول تكنولوجية متقدمة واستفادة من الذكاء الاصطناعي، بهدف تحسين تجربة المستخدم وجعل عملية التصفح أكثر فعالية ويسرًا. تم اتباع عدة استراتيجيات لحل هذه المشكلة بطرق مبتكرة وفعّالة:

* **تحسين واجهة المستخدم**: تم تطوير وتحسين واجهة المستخدم لتكون أكثر سهولة وبساطة، مما يسهل على المستخدمين تصفح واستكشاف المنتجات والخدمات بكل يسر.
* **استخدام تقنيات البحث المتقدمة:** تم تبني تقنيات البحث المتقدمة وأدوات التصفية لتسهيل عملية البحث والعثور على المنتجات والخدمات بشكل فعّال، من خلال تصنيفها وترتيبها حسب الفئة، السعر، العلامة التجارية، وغيرها.
* **توفير التوصيات الشخصية:**  باستخدام التحليل الذكي لبيانات المستخدم، تم تقديم توصيات فردية ومخصصة لكل مستخدم استنادًا إلى تفضيلاتهم واهتماماتهم الشخصية.
* **استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي:** تم تنفيذ تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك المستخدم وتعلم النماذج الاستهلاكية، مما يساهم في تحسين تجربة التصفح بشكل مستمر وتحسين دقة التوصيات والتصفية.

**تأتي هذه الإجراءات معًا لتحقيق تطوير مستمر وتحسين تجربة التسوق للمستخدمين، مما يبرز التزام المنصة بتقديم تجربة تصفح متطورة ومستنيرة.**

**الهدف من المنصة:-**

**الغاية الأساسية لمتصفح منصة التسوق الذكي في المدينة تتمثل في تيسير وتحسين عملية التسوق للمستهلكين وتعزيز تجربتهم الشاملة. يتحقق هذا الهدف الرئيسي من خلال تحديد عدة أهداف رئيسية:**

* **توفير تجربة تسوق مريحة:** يهدف المتصفح إلى تقديم واجهة مستخدم سهلة الاستخدام ومريحة، مما يسهل على المستهلكين البحث عن المنتجات وتصفحها بكل يسر ويساعدهم في اتخاذ القرارات بشكل فعّال.
* **تسهيل عملية العثور على المنتجات:** يهدف المتصفح إلى توفير آليات بحث متقدمة وخيارات تصفية متنوعة لتسهيل عملية العثور على المنتجات المطلوبة، مما يساعد في توفير وقت وجهد للمستهلكين.
* **تقديم توصيات مخصصة:** يسعى المتصفح إلى تقديم توصيات شخصية للمستخدمين باستخدام تحليل بياناتهم وتفضيلاتهم، مما يعزز اكتشافهم لمنتجات جديدة ومثيرة ويعزز تجربتهم.
* **تحسين تجربة التفاعل:** يتطلع المتصفح إلى تحسين تفاعل المستخدمين مع المنصة، سواء من خلال توفير وسائل تواصل فعّالة أو تكنولوجيا التفاعل الذكي، مما يعزز التفاعل الإيجابي ويجعل التجربة أكثر متعة.
* **ضمان الأمان وحماية الخصوصية:** يسعى المتصفح إلى تحقيق معايير عالية من الأمان لضمان حماية المعلومات الشخصية للمستخدمين وبياناتهم، مما يعزز الثقة في استخدام المنصة.
* **تطوير مستمر وابتكار:** يهدف المتصفح إلى الابتكار المستمر وتطوير الميزات بناءً على ردود فعل المستخدمين وتغيرات احتياجات السوق، لضمان استمرارية تقديم تجربة تسوق متطورة ومبتكرة.

**المقدمة:**

يُعتبر مشروع إنشاء متجر إلكتروني للأثاث خطوة حيوية في عالم التجارة الإلكترونية، حيث يتزايد الاهتمام بالتسوق عبر الإنترنت بشكل متسارع. يتيح هذا المشروع للعملاء تجربة تسوق فريدة ومميزة، حيث يمكنهم استعراض وشراء قطع الأثاث بسهولة وراحة من أماكن متنوعة.

يستند هذا المشروع إلى فهم عميق لاحتياجات العملاء وتوقعاتهم، وذلك من خلال دراسات سابقة وتحليل لمشاريع مشابهة نجحت في هذا المجال. يعكس هذا الفصل الثاني من الرسالة البحثية تلخيصاً لهذه الدراسات والمشاريع، مما يساعد على تحديد الأفكار والتصميمات التي يمكن أن يُضيفها مشروعنا لتحسين تجربة المستخدم وتحقيق نجاح مستدام.

**هدف الفصل:**

هدف هذا الفصل هو تقديم نظرة شاملة على الأبحاث السابقة والمشاريع المماثلة، مع التركيز على المكاسب والتحديات التي واجهتها. سيتم تحليل تلك الدراسات لفهم كيف يمكن أن يستفيد مشروعنا من الخبرات السابقة ويُضيف لمسة فريدة تميزه في سوق متجر الأثاث الإلكتروني.

**هيكل الفصل:**

يتألف هذا الفصل من عدة أقسام، حيث يتناول القسم الأول مقدمة إلى الفصل وأهميته في إطار المشروع الإلكتروني للأثاث. يليها أقسام مخصصة لدراسات سابقة ومشاريع مشابهة، حيث يُلقى الضوء على النتائج والتجارب المستفادة من تلك المشروعات.

**الفصل الثاني**

**أهمية الفصل:**

تأتي أهمية هذا الفصل من قدرته على توجيه التصميم وتنفيذ مشروعنا بشكل أفضل، بناءً على دراسات السوق واستنتاجات المشاريع السابقة. يشكل هذا الأساس النظري تأطيرًا قيمًا يُمكننا من تحسين استراتيجياتنا وضمان تحقيق أهداف المشروع بشكل فعّال وناجح.

**دراسات سابقة:**

دراسة حديثة أجرتها شركة *"ميدل إيست إنتليجنس"* في عام 2023، كشفت أن حجم سوق التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا سيصل إلى 1.9 تريليون دولار بحلول عام 2025.

تشير هذه الدراسة إلى أن سوق التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ينمو بسرعة كبيرة، ومن المتوقع أن يصل إلى حجم كبير في السنوات القادمة. ويرجع هذا النمو إلى العديد من العوامل، مثل:

* انتشار الإنترنت وزيادة استخدام الهواتف الذكية
* زيادة الوعي بالتجارة الإلكترونية
* ارتفاع مستوى الدخل لدى السكان

**دراسة أجرتها شركة *"جي بي مورغان"* في عام 2022، كشفت أن حجم سوق التجارة الإلكترونية في مصر سيصل إلى 100 مليار دولار بحلول عام 2025.**

تشير هذه الدراسة إلى أن سوق التجارة الإلكترونية في مصر ينمو أيضًا بسرعة كبيرة، ومن المتوقع أن يصل إلى حجم كبير في السنوات القادمة. ويرجع هذا النمو إلى العديد من العوامل، مثل:

* زيادة عدد السكان في مصر
* ارتفاع مستوى الدخل لدى السكان
* انتشار الإنترنت وزيادة استخدام الهواتف الذكية

**دراسة أجرتها شركة *"إحصاء"* في عام 2022، كشفت أن 70% من المصريين يفضلون التسوق عبر الإنترنت.**

تشير هذه الدراسة إلى أن التسوق عبر الإنترنت أصبح خيارًا شائعًا لدى المستهلكين المصريين. ويرجع هذا الانتشار إلى العديد من العوامل، مثل:

* سهولة وسرعة التسوق عبر الإنترنت
* إمكانية مقارنة الأسعار والمنتجات بسهولة
* إمكانية الحصول على منتجات غير متوفرة في الأسواق المحلية
* العوامل المؤثرة على نجاح المتاجر الإلكترونية

**تشير الدراسات السابقة إلى أن هناك العديد من العوامل التي تؤثر على نجاح المتاجر الإلكترونية، ومن أهم هذه العوامل:**

**جودة المنتجات والخدمات:**

يبحث المستهلكين دائمًا عن المنتجات والخدمات ذات الجودة العالية، لذلك يجب على المتاجر الإلكترونية أن تقدم منتجات وخدمات عالية الجودة لتجذب المستهلكين.

**سهولة الاستخدام:**

يجب أن تكون المتاجر الإلكترونية سهلة الاستخدام وسهلة التصفح حتى يتمكن المستهلكين من العثور بسهولة على المنتجات والخدمات التي يبحثون عنها.

**الأمان والخصوصية:**

يجب على المتاجر الإلكترونية أن توفر الأمان والخصوصية للمستهلكين، وذلك لضمان حماية معلوماتهم الشخصية وأموالهم.

**الأسعار:**

يجب أن تكون أسعار المنتجات والخدمات في المتاجر الإلكترونية تنافسية حتى تتمكن من جذب المستهلكين.

**دراسات سابقة عن المتاجر الإلكترونية في مصر**

تشير هذه الدراسات إلى أن المستهلكين المصريين يفضلون المتاجر الإلكترونية التي تقدم منتجات وخدمات ذات جودة عالية، وسهلة الاستخدام، وآمنة، وبأسعار معقولة.

**خاتمة :**

تشير الدراسات السابقة إلى أن المتاجر الإلكترونية أصبحت جزءًا مهمًا من الاقتصاد العالمي، وأنها تتمتع بإمكانيات نمو كبيرة في المستقبل. وتسعى هذه الدراسات إلى فهم كيفية نجاح المتاجر الإلكترونية، وكيفية جذب المستهلكين إلى هذه المتاجر، وكيفية تسويق المنتجات والخدمات في المتاجر الإلكترونية، وكيفية حماية المستهلكين في المتاجر الإلكترونية.

وفيما يتعلق بمصر، تشير الدراسات السابقة إلى أن هناك العديد من العوامل التي تؤثر على نجاح المتاجر الإلكترونية في مصر، مثل جودة المنتجات والخدمات، وسهولة الاستخدام، والأمان والخصوصية، والأسعار. كما تشير هذه الدراسات إلى أن المستهلكين المصريين يفضلون المتاجر الإلكترونية التي تقدم منتجات وخدمات ذات جودة عالية، وسهلة الاستخدام، وآمنة، وبأسعار معقولة.

**فيما يلي بعض التوصيات التي يمكن أن تساعد المتاجر الإلكترونية في مصر على النجاح:**

**التركيز على جودة المنتجات والخدمات:**

يجب أن تقدم المتاجر الإلكترونية في مصر منتجات وخدمات عالية الجودة تلبي احتياجات المستهلكين المصريين. ويمكن ذلك من خلال اختيار منتجات عالية الجودة من موردين موثوقين، وتقديم خدمة عملاء ممتازة.

**التركيز على سهولة الاستخدام:**

يجب أن تكون المتاجر الإلكترونية في مصر سهلة الاستخدام وسهلة التصفح حتى يتمكن المستهلكين من العثور بسهولة على المنتجات والخدمات التي يبحثون عنها. ويمكن ذلك من خلال تصميم مواقع إلكترونية حديثة ومريحة للمستخدم، واستخدام أدوات البحث والتصفية الفعالة.

**التركيز على الأمان والخصوصية:**

يجب أن توفر المتاجر الإلكترونية في مصر الأمان والخصوصية للمستهلكين، وذلك لضمان حماية معلوماتهم الشخصية وأموالهم. ويمكن ذلك من خلال استخدام بروتوكولات الأمان القوية، وتوفير سياسة خصوصية واضحة للمستهلكين.

**التركيز على الأسعار التنافسية:**

يجب أن تكون أسعار المنتجات والخدمات في المتاجر الإلكترونية في مصر تنافسية حتى تتمكن من جذب المستهلكين. ويمكن ذلك من خلال إجراء دراسات السوق باستمرار، وتقديم عروض وخصومات جذابة للمستهلكين.

بالإضافة إلى هذه التوصيات، يمكن للمتاجر الإلكترونية في مصر أيضًا التركيز على تطوير استراتيجية تسويقية فعالة لجذب المستهلكين. ويمكن أن تتضمن هذه الاستراتيجية التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتسويق عبر محركات البحث، والتسويق عبر البريد الإلكتروني.

وأخيرًا، يجب على المتاجر الإلكترونية في مصر أن تحرص على مواكبة التطورات التقنية الجديدة في مجال التجارة الإلكترونية. ويمكن ذلك من خلال استخدام أحدث التقنيات، مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزز، لتحسين تجربة التسوق عبر الإنترنت.

**مشاريع مشابهة:**

**امازون :**

****

**مميزات أمازون :**

**تنوع المنتجات:**

تشمل المنتجات الإلكترونية، الملابس، الأجهزة المنزلية، الكتب، الأدوات الرياضية، والمزيد.

يتميز بتوفير منتجات من ماركات معروفة وكذلك منتجات من العلامات التجارية الصغيرة والفردية

**توصيل سريع:**

يتيح برنامج Prime لأعضائه الاستفادة من خدمة توصيل سريعة مجانية للكثير من المنتجات.

خدمات Prime Now توفر توصيلًا فائق السرعة لبعض المناطق.

**تقييمات المستخدمين:**

توفير تقييمات وتعليقات المستخدمين تساعد في اتخاذ قرارات شراء مستنيرة.

تصنيفات البائعين توفر معلومات حول أداء البائعين.

**برنامج Prime Video و Prime Music:**

إمكانية الوصول إلى محتوى ترفيهي عبر Prime Video و Prime Music.

محتوى حصري وإمكانية تنزيل المحتوى للاستمتاع بدون اتصال.

**سهولة الإرجاع:**

سياسة إرجاع مرنة مع فترة زمنية كبيرة لإعادة المنتجات.

خدمة إعادة الشحن المجانية لبعض المنتجات.

**التكنولوجيا والابتكار:**

استخدام تكنولوجيا متقدمة في عمليات التخزين والشحن، مما يؤدي إلى تجربة شراء سلسة.

**عيوب أمازون:**

**تأثير على التجار المحليين:**

انتقادات تفيد بأن نجاح أمازون قد يؤدي إلى تأثير سلبي على التجار المحليين والأسواق التقليدية.

**مشكلات النقل الدولي:**

قد تواجه بعض المناطق تحديات في الحصول على خدمات الشحن الدولي بنفس الكفاءة

**حقوق الملكية الفكرية:**

قد تواجه أمازون اتهامات بانتهاك حقوق الملكية الفكرية بسبب العديد من المنتجات المعروضة من قبل بائعين منفصلين.

**ضغط التنافس على البائعين:**

يعاني بائعون صغار من ضغط التنافس والحاجة إلى مواكبة أسعار المنافسة.

**مشكلات في الجودة:**

بعض المشترين يشكون من استلام منتجات لا تتوافق مع الجودة المتوقعة.

**تحديات في توفير المنتجات المحلية:**

في بعض الأحيان، يمكن أن يكون التركيز على المنتجات الدولية عائقًا للعثور على منتجات محلية.

يرجى مراعاة أن هذه العيوب ليست تجارب للجميع، ويمكن أن تعتمد على الخبرات الفردية والمواقف المحددة.

**جوميا:**

****

**مميزات جوميا:**

**خدمة العملاء:**

توفر جوميا خدمة عملاء ممتازة تساعد العملاء في حل أي مشكلة أو استفسار.

**عروض وتخفيضات:**

تقدم جوميا عروض وتخفيضات مستمرة على مجموعة مختارة من المنتجات.

**خيارات الدفع:**

توفر جوميا خيارات دفع متنوعة بما في ذلك الدفع عند الاستلام والدفع الإلكتروني.

**ضمان الجودة:**

تقدم جوميا منتجات عالية الجودة من موردين موثوقين.

**خدمة التوصيل:**

توفر جوميا خدمة التوصيل المنزلي للعديد من المنتجات في معظم البلدان التي تخدمها.

**تشكيلة واسعة من المنتجات:**

تقدم جوميا تشكيلة كبيرة من المنتجات بما في ذلك الإلكترونيات، الملابس، الأحذية، الأجهزة المنزلية، الكتب.

**عيوب جوميا**

**تأخير في التسليم:**

قد تواجه بعض العملاء تأخيرا في استلام الطلبات، وهذا قد يكون مزعجاً خاصة إذا كانوا يعتمدون على التسليم في وقت محدد.

**جودة المنتج:**

قد تتنوع جودة المنتجات المقدمة على جوميا وقد تكون أحياناً دون المستوى المتوقع.

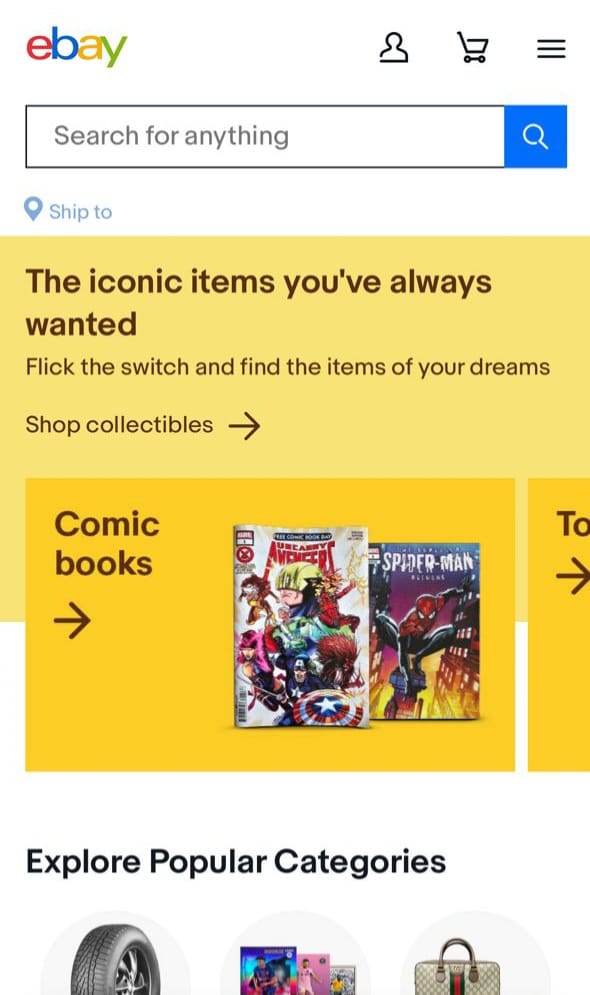
**خدمة العملاء:**

قد تواجه بعض التحديات في التواصل مع خدمة العملاء أو في حل المشاكل بشكل فعال.

**رسوم الشحن:**

قد تكون رسوم الشحن باهظة بالنسبة لبعض العملاء أو قد تكون غير واضحة مما يؤدي إلى ارتفاع تكلفة الطلب.

**:EBAY**

****

**مميزات eBay:**

**تنوع واسع في المنتجات:**

توفر eBay مجموعة كبيرة من المنتجات الجديدة والمستعملة من مختلف الفئات بما في ذلك الملابس والإلكترونيات والمجوهرات والسيارات والعديد من المجالات الأخرى.

**خيارات الشراء والبيع:**

يمكن للمستخدمين بيع وشراء المنتجات بطريقة مباشرة أو من خلال المزايدة، مما يتيح لهم الوصول إلى صفقات جيدة.

**حماية المستهلك:**

توفر eBay حماية للمستهلكين من خلال سياسات الإرجاع والضمانات وخدمة العملاء

**إمكانية البيع العالمي:**

يمكن للبائعين عرض منتجاتهم للمشترين في جميع أنحاء العالم، مما يوسع قاعدة العملاء المحتملين.

**تقييم البائعين:**

تسمح eBay للمشترين بتقييم البائعين بناءً على تجربتهم، مما يساعد في بناء ثقة بين البائعين والمشترين.

**عيوب eBay:**

**رسوم الإعلان والعمولة:**

قد تكون رسوم الإعلان والعمولة مرتفعة بالنسبة للبائعين، مما يمكن أن يؤثر على تكلفة البيع.

**تنافسية الأسعار:**

يمكن أن يكون هناك تنافسية شديدة بين البائعين على eBay، مما قد يؤدي إلى انخفاض الأسعار وتقليل الربحية.

**مشكلات الشحن والتسليم:**

قد تواجه بعض المشترين والبائعين تحديات في عمليات الشحن والتسليم، مما يمكن أن يؤثر على تجربة التسوق.

**السلع المزيفة:**

قد تكون هناك بعض المخاوف حول المنتجات المزيفة أو غير الأصلية التي تباع على eBay.

**التأمين على الخصوصية:**

قد تواجه البائعين والمشترين تحديات فيما يتعلق بالتأمين على الخصوصية والأمان أثناء عمليات الدفع والشحن.

**الفصل الثالث**

**وصف النظام:**

مشروع متجر الأثاث الإلكتروني هو نظام متقدم يهدف إلى توفير تجربة تسوق مريحة وسلسة للعملاء الذين يتطلعون إلى شراء قطع أثاث عالية الجودة عبر الإنترنت. يتيح هذا المتجر الإلكتروني للعملاء استعراض مجموعة متنوعة من المنتجات والعثور بسهولة على القطع التي تلبي احتياجاتهم وتفضيلاتهم الشخصية.

**متطلبات النظام:**

* **واجهة مستخدم فعّالة:**

واجهة سهلة الاستخدام ومتجاوبة لتمكين التصفح السلس.

* **نظام دفع آمن:**

تكامل نظام دفع آمن يدعم عدة وسائل لتلبية احتياجات العملاء.

* **نظام إدارة الطلبات:**

نظام فعّال لمعالجة الطلبات وتتبعها من المرحلة الطلب حتى التسليم.

* **إدارة المخزون:**

نظام لإدارة المخزون يحدث بانتظام لتجنب نفاد المنتجات.

* **دعم العملاء:**

وسائل تواصل فعّالة مع الفريق الدعم للرد على استفسارات ومشاكل العملاء.

* **أمان البيانات:**

تطبيق إجراءات أمان قوية لحماية بيانات العملاء والمعاملات.

* **تحسين أداء النظام:**

تحسينات دورية لأداء الموقع وتحديث التقنيات.

**تحديد الأطراف المعنية:**

**العملاء:**

**وصف الدور:** الأفراد الذين يستخدمون المتجر الإلكتروني لشراء الأثاث.

**المسؤوليات:**

* تصفح المنتجات وفحص التفاصيل.
* إضافة العناصر إلى سلة التسوق.
* تقديم طلبات الشراء.
* إدارة حساباتهم الشخصية ومعلومات الدفع.

**المسؤولين:**

**وصف الدور:** فريق إدارة المتجر الإلكتروني وضمان سير العمليات بشكل فعّال.

**المسؤوليات:**

* إدارة كتالوج المنتجات وتحديثه بانتظام.
* معالجة الطلبات وضمان تسليمها بفعالية.
* مراقبة مستويات المخزون وإدارته.
* توفير دعم العملاء والرد على استفساراتهم.
* تحديث وصيانة النظام بشكل دوري.

**مدير النظام:**

**وصف الدور:** المسؤول عن الجوانب التقنية والأمان للمتجر الإلكتروني.

**المسؤوليات:**

* مراقبة أمان البيانات وضمان حمايتها.
* تحديث النظام وتطويره لتلبية متطلبات العمل.
* إدارة قواعد البيانات وضمان فعاليتها.
* تحسين أداء الموقع وتحديث التقنيات.

**المتطلبات الوظيفية:**

**تسجيل الدخول وإدارة الحساب:**

* يجب على العملاء والمسؤولين القدرة على التسجيل وتسجيل الدخول إلى حساباتهم.
* يجب توفير وظيفة استعادة كلمة المرور لحالات فقدان كلمات المرور.

**استعراض المنتجات والفئات:**

* يجب على العملاء استعراض الفئات والمنتجات بشكل سهل وفعّال.
* يجب فرز المنتجات وتصفيتها حسب المعايير المختلفة.

**إضافة المنتجات إلى سلة التسوق:**

* يجب أن يكون بإمكان العملاء إضافة المنتجات إلى سلة التسوق بكل سهولة وسرعة.
* يجب عرض ملخص لسلة التسوق وإمكانية تعديلها.

**إجراء عمليات الشراء والدفع:**

* يجب على العملاء تقديم طلبات الشراء وتحديد طريقة الدفع المفضلة لديهم.
* يجب توفير واجهة دفع آمنة ومتكاملة.

**متابعة حالة الطلب وتحديثات التسليم:**

* يجب على العملاء متابعة حالة الطلب وتلقي تحديثات حول عمليات التسليم.
* يجب عرض تاريخ التسليم المتوقع ومعلومات التتبع.

**إدارة كتالوج المنتجات:**

* يجب على المسؤولين إضافة وتحديث منتجات جديدة بما في ذلك الصور والتفاصيل.
* يجب تحديث حالة المنتجات والمخزون بشكل دوري.

**معالجة الطلبات والتحقق من المخزون:**

* يجب على النظام معالجة الطلبات بشكل فوري والتحقق من توفر المنتجات.
* في حالة عدم توفر المنتج، يجب إعلام العميل وتحديث حالة الطلب.

**إدارة خدمة العملاء:**

* يجب على المسؤولين تقديم دعم عالي الجودة للعملاء والرد على استفساراتهم.
* يجب تسجيل الاستفسارات ومتابعتها بشكل فعال.

**تقارير وإحصائيات:**

* يجب على النظام إنشاء تقارير دورية حول مبيعات المنتجات وأداء المتجر.
* يجب على المسؤولين الوصول إلى إحصائيات العمليات لاتخاذ قرارات استراتيجية.

**إدارة الحسابات والصلاحيات:**

* يجب على المسؤولين تحديد صلاحيات المستخدمين وإدارة حساباتهم.
* يجب على النظام تسجيل الأنشطة وتحقيق الأمان في الوصول.

**متطلبات غير وظيفية:**

**أمان البيانات:**

* يجب أن يتمتع النظام بميزات أمان قوية لحماية المعلومات الحساسة للعملاء، مع تنفيذ إجراءات التشفير وتأمين الاتصالات.

**أداء النظام:**

* يجب أن يكون النظام قادرًا على تحمل حمولة عالية من العمليات مع الحفاظ على أداء ممتاز وزمن استجابة سريع.

**توافق المتصفح والأجهزة:**

* يجب على النظام أن يكون متوافقًا مع متصفحات متعددة وأجهزة مختلفة لضمان تجربة متسقة للمستخدمين.

**استجابة الواجهة:**

* يجب أن تكون واجهة المستخدم سريعة ومتجاوبة، مع تقليل وقت التحميل وتحسين تجربة المستخدم.

**توثيق شامل:**

* يجب توفير توثيق شامل يشرح كيفية استخدام المتجر وإدارته، بما في ذلك تعليمات التركيب والتكوين.

**توفير دعم فني:**

* يجب أن يكون هناك نظام فعال لدعم العملاء، بما في ذلك وسائل اتصال متنوعة وفريق دعم قوي.

**تحسين أداء الموقع:**

* يجب تحسين أداء الموقع بشكل دوري من خلال استخدام أحدث التقنيات والتحسينات الفعّالة.

**نسخ احتياطي واستعادة البيانات:**

* يجب أن يتم إجراء نسخ احتياطية منتظمة للبيانات مع إمكانية استعادتها بسرعة في حالة حدوث فقدان أو خلل.

**توافق مع اللوائح والقوانين:**

* يجب أن يلتزم النظام بجميع اللوائح والقوانين ذات الصلة، بما في ذلك حماية البيانات والتسويق الرقمي.

**تجربة مستخدم ممتازة:**

* يجب أن تكون تجربة المستخدم مريحة وممتعة، مع تصميم جاذب وتنظيم مناسب للمحتوى.

**تحسين استدامة النظام:**

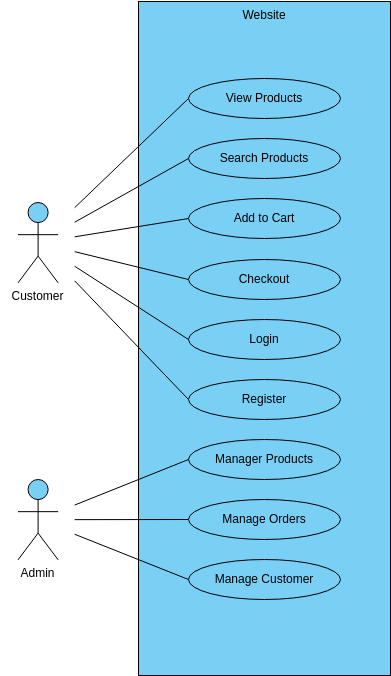
* يجب أن يكون النظام قابلاً للتطوير والتوسع لمواكبة التطورات الفنية واحتياجات العمل.

**توفير إحصائيات وتقارير:**

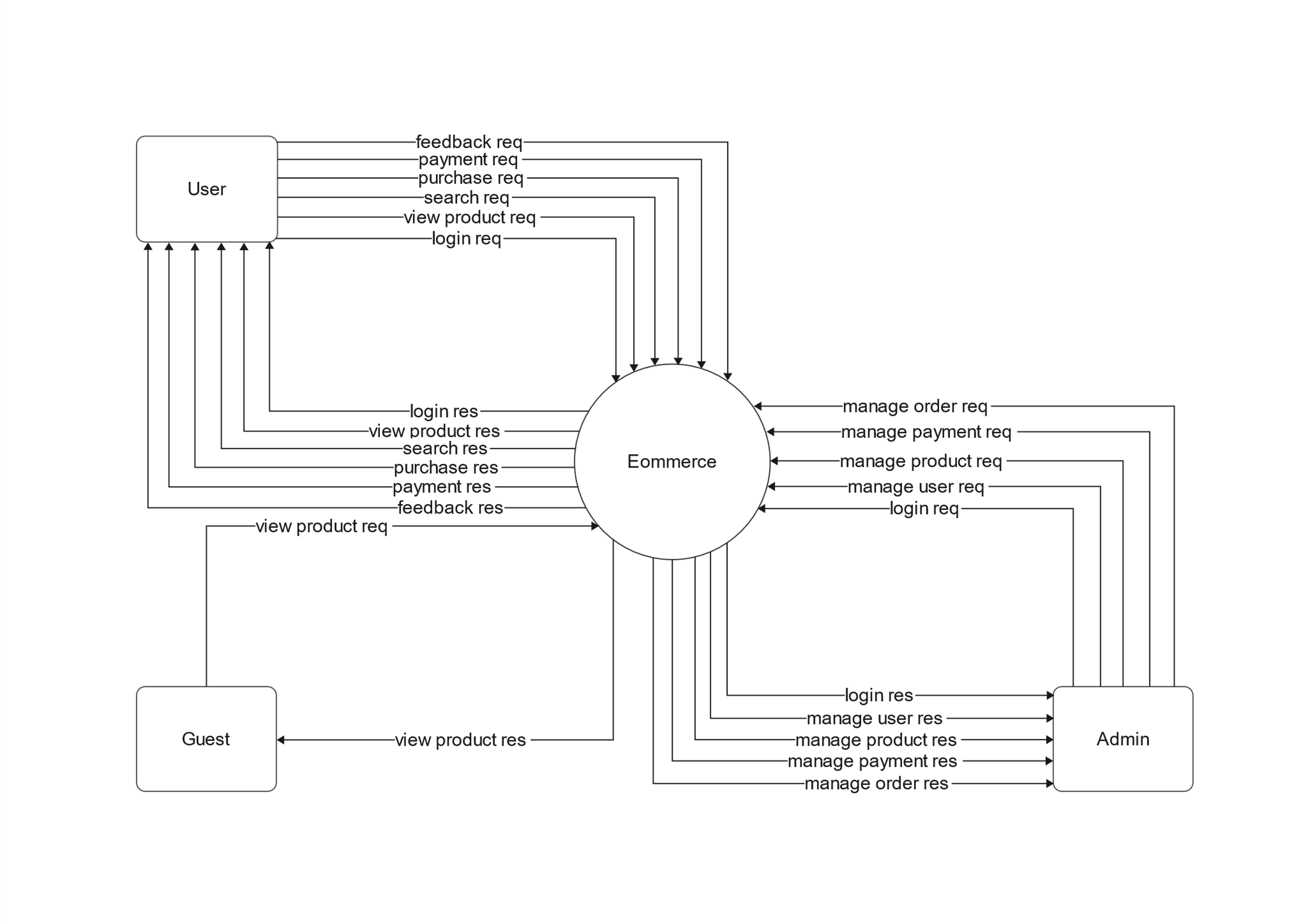
* يجب توفير تقارير دورية وإحصائيات تفصيلية حول أداء الموقع ومبيعات المنتجات.

تحديد هذه المتطلبات غير الوظيفية يساعد في ضمان أداء النظام بشكل مستدام وتلبية توقعات المستخدمين بشكل فعّال.

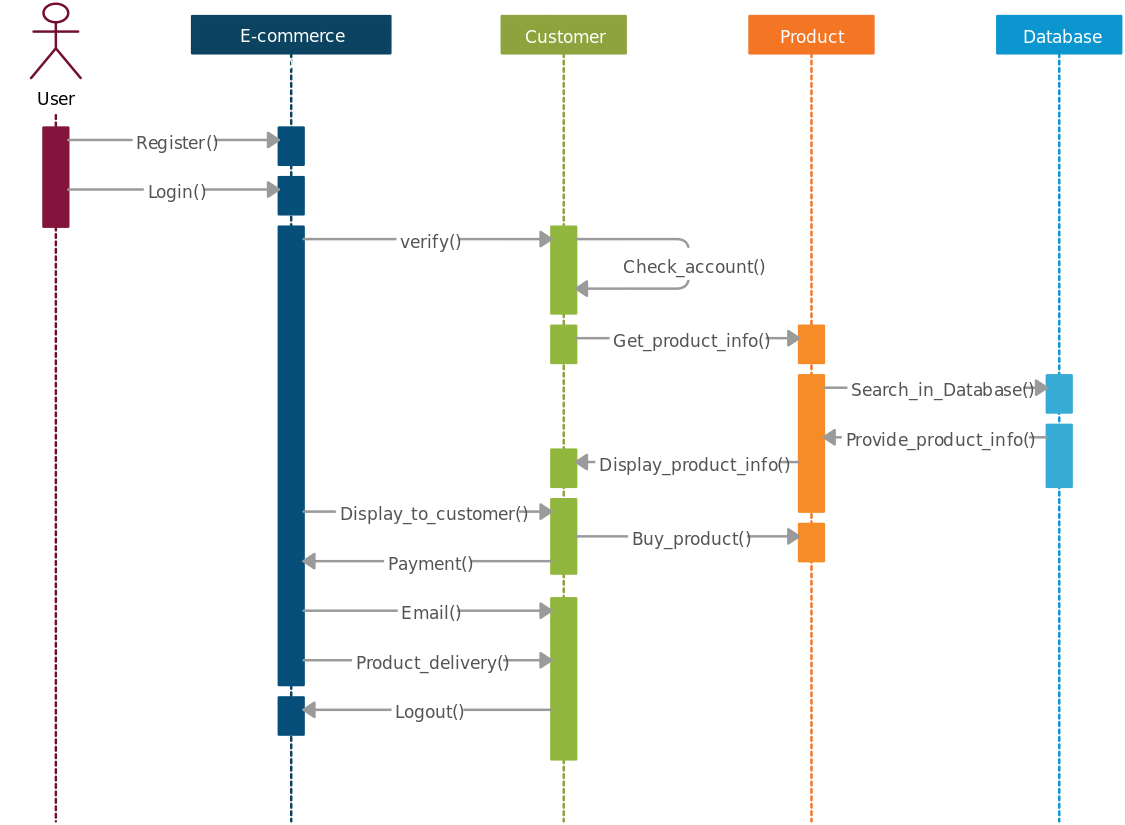
**Use Case Diagram :**

****

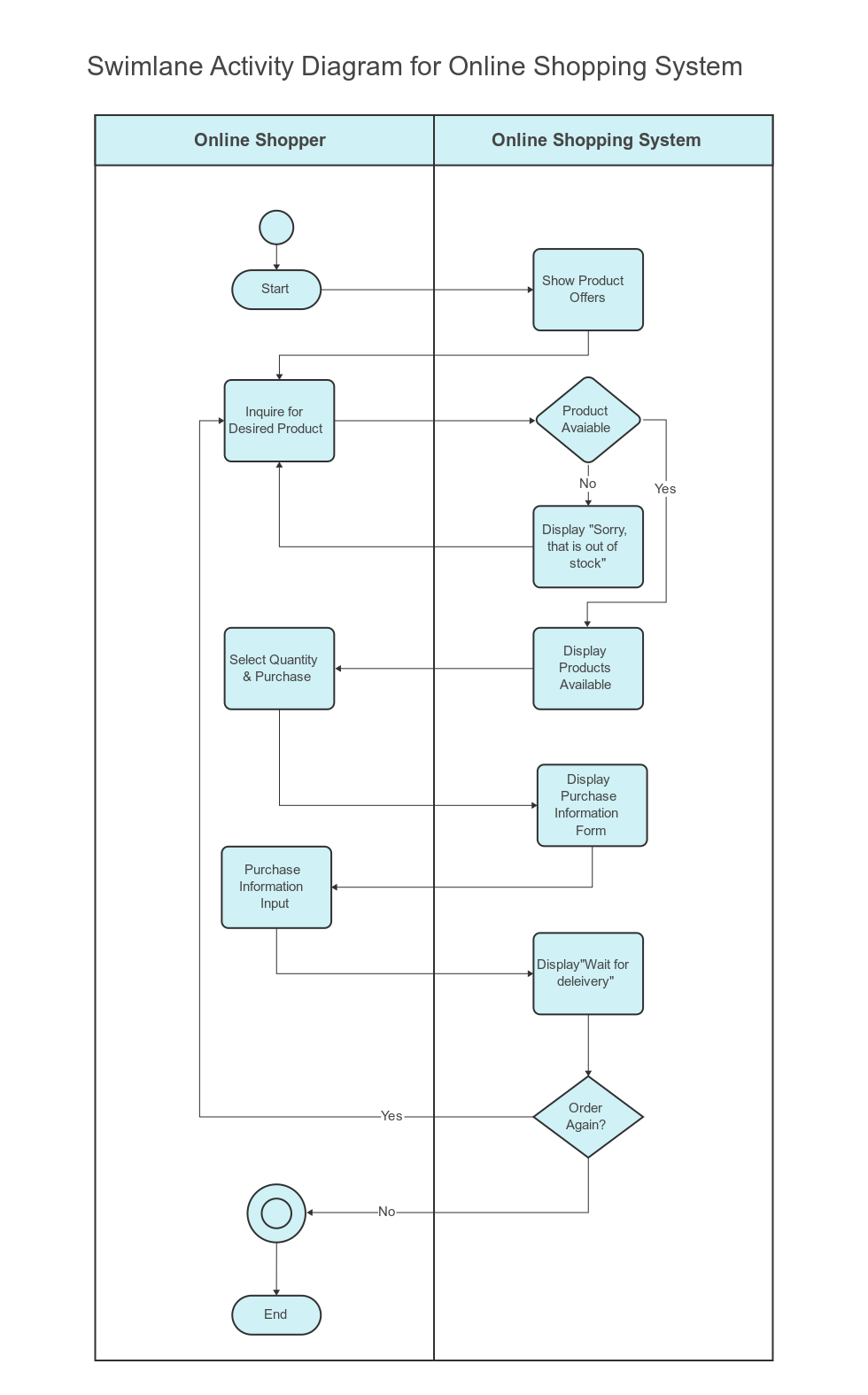
**Data Flow Diagram (DFD) :**

****

**Sequence Diagram :**

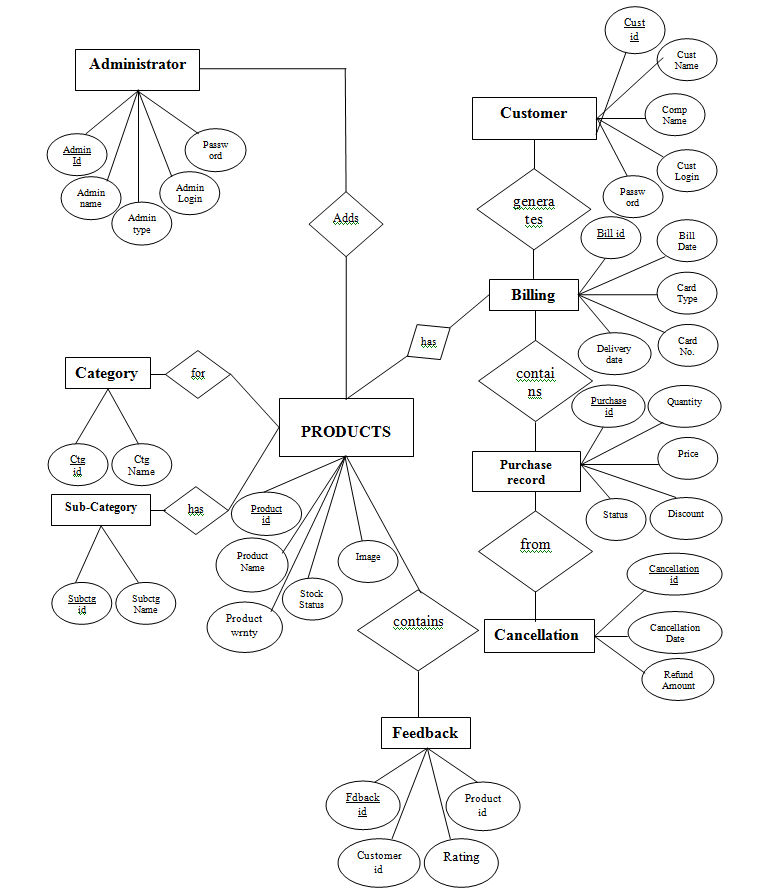
****

**activity diagram :**

****

س

**Entity Relationship Diagram (ERD) :**

****