



## منصة لإنشاء المتاجر الإلكترونية (ركن)

مشروع مقدم إلى قسم نظم المعلومات الادارية كأحد متطلبات نيل درجة البكالوريوس

### إعداد الطلاب:

- |                           |                        |
|---------------------------|------------------------|
| ١- عبدالله محمد بامسعود.  | ٥- أحمد خالد الهمس.    |
| ٢- مشعل ماجد العمودي.     | ٦- جواهر محمد التميمي. |
| ٣- بركات عبدالحق الوهيبي. | ٧- صفاء محمد باذيب.    |
| ٤- عمر سليمان العكبري.    | ٨- هبة هاني عوشان.     |

### إشراف

الأستاذ/ عصام أحمد باسليمان.

٢٠٢٤ - ٢٠٢٥ م

## الإهداء

الحمد لله على البلوغ والتمام

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

الحمد لله الذي هدانا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله

ثم صلاةً وسلاماً على نبينا محمد وعلى آله وصحبه تسليماً مزيداً إلى يوم الدين  
أما بعد: في ختام الرحلة أود أن أقول أن في كل إنجاز حكاية، وفي كل حكاية قلوبٌ  
نبضت بالحب والدعاء والدعم حتى تكتمل الفصول...

وقبل أن أستعرض ثمرة جهدي، أود أن أنحني احتراماً وامتناناً لمن كان لهم الفضل  
بعد الله في بلوغي هذه اللحظة.

فالإهداء لا يُكتب بالكلمات فقط، بل يُكتب بالمشاعر والذكريات والدعوات  
الصادقة التي حملتني إلى هنا.

### والدي ووالدي

من كانا لي بعد الله السند الحقيقي والدافع الأول، اللذين لم يبخلا عليّ بدعائهما،  
ولا بحبهما، ولا بصبرهما في كل مراحل هذه الرحلة.  
أنتم الجذر الثابت في كل فصول حياتي، وهذا الإنجاز ثمرة من غرسكم الطويل.

### إخوتي وأخواتي

رفقاء القلب والمواقف، الذين كانوا دوماً السند الصامت والدعم الخفي في كل  
لحظة صعبة، لكم كل الشكر والمحبة التي تعجز الكلمات عن وصفها.

### أصدقائي

من شاركوني الطريق بحلوه ومرّه، وكانوا نوراً في عتمة الضغط والتعب،  
لكم مني هذا الإهداء، وفاءً لكل لحظة كنتم فيها إلى جانبي.

## الشكر والتقدير

انطلاقاً من قوله صلى الله عليه وسلم: (من لا يشكر الناس لا يشكر الله) .

وقوله عز وجل: (ومن يشكر فإنما يشكر لنفسه ...) {لقمان: ١٢}.

نحمد الله تعالى عز وجل حمداً طيباً مباركاً ملئ السموات والأرض على ما أكرمنا به من إتمام هذه الدراسة التي نرجو أن تنال رضاه.

وقبل أن نمضي نقدم أسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة إلى الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة، إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة، إلى جميع أساتذتنا ودكاترتنا الأفاضل.

نتقدم بجزيل الشكر والعرفان على وجه الخصوص لمشرفنا الفاضل

**الأستاذ عصام أحمد باسليمان**

على مساندتنا وإرشادنا والتوجيه والتصحيح وبدونه لما وصلنا إلى ما وصلنا إليه ومتابعته الدائمة وكان لرحابة صدره وسمو خلقه واسلوبه المتميز الأثر الكبير على إتمام هذا المشروع

كما نشكر إدارة كلية العلوم الإدارية متمثلة

**بالدكتور خالد محمد الكلدي – عميد الكلية**

على جهوده الجبارة وتسهيل العملية التعليمية وتوفير كافة الوسائل المحفزة لنا والذي لا ننسى فضله لما قدمه لنا من التسهيلات دون ضجر للسير قدماً بالعملية التعليمية نحو الأفضل.

كما لا ننسى كافة الأساتذة والمعلمين بكلية العلوم الإدارية ونخص بالذكر

**الأستاذة أسماء بانوي – الأستاذة أميمة باسماعيل – الأستاذة شيما الجامع**

وكل من كان سبباً لوصولنا إلى هذا المكان وتحقيقنا لهذه الدرجة العلمية

كلاً باسمه وصفته

والحمد لله رب العالمين...

## المحتويات

أ.....	الغلاف
ب.....	الإهداء
ت.....	الشكر والتقدير
ث.....	المحتويات
خ.....	قائمة الجداول
ذ.....	قائمة الأشكال
ز.....	الكلمات المفتاحية (Key word)
س.....	إقرار المشرف
ش.....	ملخص المشروع
ض.....	Summary Of the Project
.....	الفصل الأول: المقدمة
١.....	١-١ مقدمة المشروع:
٢.....	٢-١ مشكلة المشروع:
٣.....	٣-١ أهداف المشروع:
٤.....	٤-١ أهمية المشروع:
٤.....	٥-١ نطاق المشروع:
٥.....	٦-١ حدود المشروع:
٥.....	٧-١ المستخدمين:
٦.....	٨-١ تنظيم المشروع:
٦.....	٩-١ خلاصة الفصل الأول:
.....	الفصل الثاني: الجانب النظري
٧.....	١-٢ مصطلحات عامة حول المشروع:
٨.....	٢-٢ مقدمة حول الدراسات السابقة:
٩.....	٣-٢ الدراسات السابقة (Previous Studies)
٩.....	١-٣-٢ منصة كشك (Kushk.io) - ٢٠٢٠ م - سلطنة عمان
١٠.....	٢-٣-٢ منصة شوبيفاي (Shopify) - ٢٠٠٦ م - كندا
١٢.....	٣-٣-٢ منصة اوبن كارت (Opencart) - ١٩٩٨ - الولايات المتحدة
١٤.....	٤-٣-٢ منصة إكسباند كارت (Expand Cart) - ٢٠٠٨ م - مصر
١٥.....	٥-٣-٢ منصة سلة (Salla) - ٢٠١٦ م - المملكة العربية السعودية
١٧.....	٦-٣-٢ منصة دُكان (dok-an) - ٢٠٢٠ م - مصر
١٩.....	٧-٣-٢ منصة زد (Zid.sa) - ٢٠١٧ م - المملكة العربية السعودية
٢١.....	٤-٢ ملخص الدراسات السابقة

٢٥	٥-٢ مميزات الدراسات السابقة بالمقارنة مع موضوع دراستنا: .....
٢٦	٦-٢ دراسة الجدوى (Feasibility Study) : .....
٢٦	١-٦-٢ دراسة الجدوى الفنية (Technical Feasibility Study) : .....
٢٧	١-١-٦-٢ دراسة الجدوى الفنية للأجهزة (Hardware): .....
٢٨	٢-١-٦-٢ دراسة الجدوى الفنية للبرمجيات (Software): .....
٢٩	٣-١-٦-٢ دراسة الجدوى الفنية لفريق العمل (Team Work): .....
٣٠	٢-٦-٢ دراسة الجدوى الاقتصادية (Financial Feasibility Study) : .....
٣٠	١-٢-٦-٢ دراسة الجدوى الاقتصادية للأجهزة (Hardware) : .....
٣١	٢-٢-٦-٢ دراسة الجدوى الاقتصادية للبرمجيات (Software): .....
٣٢	٣-٢-٦-٢ دراسة الجدوى الاقتصادية لفريق العمل (Team Work): .....
٣٢	٣-٦-٢ دراسة الجدوى الاجتماعية (social feasibility study): .....
٣٣	٧-٢ خلاصة الفصل الثاني: .....
	الفصل الثالث: الإطار العملي .....
٣٤	١-٣ المقدمة: .....
٣٤	٢-٣ منهجية المشروع SDLC (System Develop Life Cycle): .....
٣٤	١-٢-٣ أنواع المنهجيات: .....
٣٦	٢-٢-٣ اعتماد المنهجية: .....
٣٧	٣-٣ آلية العمل: .....
٣٧	١-٣-٣ آلية العمل الحالية: .....
٣٨	٢-٣-٣ آلية العمل الجديدة (المقترحة): .....
٤٠	٤-٣ متطلبات النظام: .....
٤٠	١-٤-٣ المتطلبات الوظيفية: .....
٤٠	١-١-٤-٣ المتطلبات الوظيفية للزبون: .....
٤١	٢-١-٤-٣ المتطلبات الوظيفية للتاجر: .....
٤١	٣-١-٤-٣ المتطلبات الوظيفية لإدارة المنصة: .....
٤٢	٢-٤-٣ المتطلبات غير الوظيفية: .....
٤٤	٥-٣ مرحلة التحليل (Analysis Stage): .....
٤٤	١-٥-٣ تحليل متطلبات العمل: .....
٤٥	٦-٣ أدوات الدراسة: .....
٤٥	١-٦-٣ بيئة قواعد البيانات المستخدمة (Database Environment Used): .....
٤٥	٢-٦-٣ برنامج لرسم المخططات: .....
٤٥	٣-٦-٣ برنامج تحرير وكتابة النصوص (Editing and Writing Texts) : .....
٤٥	٤-٦-٣ برنامج تصميم النماذج الأولية (Design Prototype) : .....
٤٦	٥-٦-٣ لغة البرمجة المستخدمة: .....
٤٧	٧-٣ مخطط حالة الاستخدام (Use Case Diagram): .....

٥١	٨-٣ توصيف حالة الاستخدام:
٦٥	٩-٣ مخطط الكيانات والعلاقات (Entity Relationship Diagram):
٦٧	١٠-٣ مخطط تدفق البيانات (Data Flow Diagram):
٧١	١١-٣ مخطط الفئة (Class Diagram):
٧٣	١٢-٣ قاموس البيانات (Data Dictionary):
٧٧	١٣-٣ قواعد البيانات (Database):
٧٨	١٤-٣ مرحلة تنفيذ النظام (Implementation):
٧٨	١-١٤-٣ واجهة الصفحة الرئيسية للمنصة:
٧٩	٢-١٤-٣ واجهة تسجيل بيانات التاجر:
٨٠	٣-١٤-٣ واجهة تسجيل بيانات المتجر:
٨١	٤-١٤-٣ واجهة الباقات:
٨٢	٥-١٤-٣ واجهة تسجيل الدخول للتاجر:
٨٣	٦-١٤-٣ واجهة إدارة المتجر:
٨٤	٧-١٤-٣ واجهة إضافة المنتجات:
٨٥	٨-١٤-٣ واجهة المتجر:
٨٦	٩-١٤-٣ واجهة تسجيل دخول للزبون:
٨٧	١٠-١٤-٣ واجهة إنشاء حساب للزبون:
٨٨	١١-١٤-٣ واجهة سلة التسوق:
٨٩	١٢-١٤-٣ واجهة عملية الدفع:
٩٠	١٣-١٤-٣ واجهة إكمال عملية الدفع:
٩١	١٥-٣ خلاصة الفصل الثالث:
	الفصل الرابع: النتائج والتوصيات
٩٢	١-٤ المقدمة:
٩٢	٢-٤ النتائج (Results):
٩٣	٣-٤ التوصيات (Recommendations):
٩٤	٤-٤ الخاتمة:
٩٥	المراجع

## قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
١-٢	ملخص الدراسات السابقة	١٢
٢-٢	مميزات الدراسات السابقة مقارنة مع موضوع دراستنا	٢٥
٣-٢	دراسة الجدوى الفنية للأجهزة	٢٧
٤-٢	دراسة الجدوى الفنية للبرمجيات	٢٨
٥-٢	دراسة الجدوى الاقتصادية للأجهزة	٣٠
٦-٢	دراسة الجدوى الاقتصادية للبرمجيات	٣١
٧-٢	دراسة الجدوى الاقتصادية لفريق العمل	٣٢
١-٣	آلية العمل الجديدة المقترحة	٣٨
٢-٣	رموز مخطط حالة الاستخدام	٤٧
٣-٣	انشاء حساب	٥١
٤-٣	تسجيل الدخول	٥٢
٥-٣	اختيار باقة	٥٢
٦-٣	إدارة منتجات	٥٣
٧-٣	إدارة العروض والخصومات	٥٤
٨-٣	إشعار الطلبات	٥٥
٩-٣	تسليم المنتجات لشركات الشحن	٥٦
١٠-٣	التواصل مع الزبائن	٥٧
١١-٣	التواصل مع إدارة المنصة	٥٧
١٢-٣	إدارة المخزون	٥٨
١٣-٣	إصدار التقارير	٥٨
١٤-٣	تسجيل الخروج	٥٩
١٥-٣	إدارة معلومات الزبائن	٥٩
١٦-٣	تصفح المنتجات	٦٠

٦١	إضافة المنتجات إلى سلة التسوق	١٧-٣
٦١	الاستفسارات	١٨-٣
٦٢	إضافة معلومات الزبون	١٩-٣
٦٣	تأكيد عملية الشراء	٢٠-٣
٦٣	تقييم المتجر	٢١-٣
٦٤	تقييم المنتج	٢٢-٣
٦٤	إدارة التسجيل	٢٣-٣
٦٥	رموز مخطط العلاقات والكيانات (ERD)	٢٤-٣
٦٧	رموز مخطط تدفق البيانات (DFD)	٢٥-٣
٧٣	قاموس البيانات (Data Dictionary).	٢٦-٣



## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
٩	منصة كشك	١-٢
١١	منصة شوبيفاي	٢-٢
١٣	منصة اوين كارت	٣-٢
١٥	منصة إكسباند	٤-٢
١٦	منصة سلة	٥-٢
١٨	منصة دكان	٦-٢
٢٠	منصة زد	٧-٢
٣٤	دورة حياة تطوير النظام	١-٣
٣٦	منهجية الأجايل	٢-٣
٤٨	مخطط حالة الاستخدام Use case	٣-٣
٦٦	مخطط العلاقات والكيانات ERD	٤-٣
٦٨	مخطط تدفق البيانات مستوى Context	٥-٣
٦٩	مخطط تدفق البيانات مستوى Level 0	٦-٣
٧٠	مخطط تدفق البيانات مستوى Level 1	٧-٣
٧٢	مخطط الفئة	٨-٣
٧٧	قواعد البيانات	٩-٣
٧٨	واجهة الصفحة الرئيسية للمنصة	١٠-٣
٧٩	واجهة تسجيل بيانات التاجر	١١-٣
٨٠	واجهة تسجيل بيانات المتجر	١٢-٣
٨١	واجهة الباقيات	١٣-٣
٨٢	واجهة تسجيل الدخول للتاجر	١٤-٣
٨٣	واجهة إدارة المتجر	١٥-٣
٨٤	واجهة إضافة المنتجات	١٦-٣

٨٥	واجهة المتجر	١٧-٣
٨٦	واجهة تسجيل الدخول للزبون	١٨-٣
٨٧	واجهة إنشاء حساب للزبون	١٩-٣
٨٨	واجهة سلة التسوق	٢٠-٣
٨٩	واجهة عملية الدفع	٢١-٣
٩٠	واجهة إكمال عملية الدفع	٢٢-٣

## الكلمات المفتاحية (Key word)

الوصف	الكلمات	الرقم	الوصف	الكلمات	الرقم
Visual Studio Code برنامج فيجوال ستوديو كود	VS Code	١٠	Management Information System نظم المعلومات الادارية	MIS	١
Figma (Design Tool) برنامج تصميم (فيغما)	Figma	١١	Data Flow Diagram مخطط تدفق البيانات	DFD	٢
Norton Antivirus برنامج نورتون لمكافحة الفيروسات	Norton	١٢	Entity Relationship Diagram مخطط الكيانات والعلاقات	ERD	٣
Microsoft SQL Server خادم مايكروسوفت إس كيو إل	MS SQL	١٣	Structured Query Language لغة الاستعلام البنيوية	SQL	٤
Microsoft Azure منصة مايكروسوفت أزور السحابية	Azure	١٤	System Development Life Cycle دورة حياة تطوير النظام	SDLC	٥
Create, Read, Update, Delete إنشاء، قراءة، تحديث، حذف	CRUD	١٥	HyperText Markup Language لغة ترميز النص التشعبي	HTML	٦
Application Programming Interface واجهة برمجة التطبيقات	API	١٦	Cascading Style Sheets أوراق الأنماط المتتالية	CSS	٧
User Interface / User Experience واجهة المستخدم / تجربة المستخدم	UI/UX	١٧	Hypertext Preprocessor معالج النصوص الفائقة المسبق (بي إتش بي)	PHP	٨
			Database قاعدة البيانات	DB	٩

## إقرار المشرف

أشهد أنه تم إعداد هذا المشروع بعنوان (منصة إنشاء المتاجر الإلكترونية ركن) تحت إشرافي في قسم نظم المعلومات الإدارية في جامعة حضرموت لتحقيق جزء من المتطلبات اللازمة للمستوى الرابع لنيل درجة البكالوريوس في نظم المعلومات الإدارية.

### إعداد الطلاب:

- عبدالله محمد بامسعود.
- مشعل ماجد العمودي.
- بركات عبدالحق الوهيبي.
- عمر سليمان العكبري.
- أحمد خالد الهمس.
- جواهر محمد التميمي.
- صفاء محمد باذيب.
- هبة هاني عوشان.

إشراف الأستاذ: عصام أحمد باسليمان

التوقيع:

التاريخ: / / ٢٠٢٥ م

## ملخص المشروع

في عصر التكنولوجيا الحديثة، أصبحت التجارة الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من الاقتصاد العالمي. تتيح هذه التجارة للأفراد والشركات بيع منتجاتهم وخدماتهم عبر الإنترنت، مما يوفر لهم فرصاً أكبر للوصول إلى جمهور واسع وزيادة مبيعاتهم. ومع تزايد الطلب على الحلول الرقمية، ظهرت الحاجة إلى منصات متخصصة تسهل على أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة إنشاء متاجر إلكترونية بسهولة وفعالية.

أتت فكرة منصة "ركن" استجابةً للحاجة المتزايدة في السوق المحلية لإنشاء منصة تسهل على أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة إنشاء متاجر إلكترونية خاصة بهم.

تكمُن أهمية منصة "ركن" في تسهيل إدارة المتاجر من خلال نظام إلكتروني متكامل، يتيح للبائعين الوصول إلى جمهور واسع، وتحسين تجربة التسوق. توفر المنصة أدوات لإدارة المخزون والطلبات، مما يسهل على التجار تقديم خدماتهم بكفاءة.

تم تحديد نطاق المشروع ليشمل اليمن، مع التركيز على المدن الكبرى مثل المكلا وصنعاء وعدن. كما تم تحديد فئات المستخدمين، بما في ذلك التجار والعملاء.

في هذه الدراسة تم الاعتماد على منهجية أجايل في تطوير المنصة، حيث تعتمد على المرونة في التكيف مع التغييرات، والتواصل المستمر بين الفريق والمستخدمين، والتحسين المستمر، مما يساهم في تحقيق قيمة مستمرة وتحسين جودة العمل.

وفي هذه الدراسة تم استخدام بعض الادوات والمتمثلة في عدة برامج وهي:

برنامج Server SQL لبنية قواعد البيانات، برنامج draw.io لرسم المخططات، برنامج Figma لتصميم النماذج الأولية "الواجهات"، برنامج word Microsoft لتحرير وكتابة النصوص

وتم من خلال هذه الدراسة الوصول إلى النتائج التالية: سهولة إنشاء المتاجر الإلكترونية مما يتيح للجميع الدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية بسهولة. كما تسهم المنصة في تحسين تجربة المستخدم من خلال واجهة سهلة وسريعة الاستجابة، وزيادة فرص البيع وتحقيق معدلات نمو أعلى.

ونوصي بالعمل على تطوير المنصة عبر إطلاق تطبيق جوال لتسهيل إدارة المتاجر، وتحسين دعم العملاء من خلال نظام دردشة مباشر. كما نوصي بتفعيل خاصية تتبع الطلبات عبر GPS وتعزيز الشراكات مع العلامات التجارية الكبرى لجذب المزيد من العملاء.

في ختام مشروعنا، نتوجه بالشكر لله الذي منحنا الفرصة لتطوير منصة تعزز التجارة الإلكترونية. نأمل أن تسهم هذه المنصة في تحسين تجربة المستخدمين وتوفير وسيلة موثوقة ومريحة لكل من التجار والعملاء.

## Summary Of the Project

In the era of modern technology, e-commerce has become an integral part of the global economy. This commerce allows individuals and businesses to sell their products and services online, providing them with greater opportunities to reach a wider audience and increase their sales. With the growing demand for digital solutions, the need for specialized platforms has emerged that facilitate the creation of online stores for small and medium-sized business owners easily and effectively.

The idea for the "Rukn" platform came in response to the growing need in the local market for a platform that facilitates the creation of their own online stores for small and medium-sized business owners.

The importance of the "Rukn" platform lies in facilitating store management through an integrated electronic system, allowing sellers to reach a wider audience and improve the shopping experience. The platform provides tools for inventory and order management, making it easier for merchants to provide their services efficiently.

The project scope was defined to include Yemen, focusing on major cities such as Mukalla, Sana'a, and Aden. User categories were also identified, including merchants and customers. This study relied on the Ajail methodology to develop the platform. It relies on flexibility to adapt to changes, continuous communication between the team and users, and continuous improvement, which contributes to achieving ongoing value and improving work quality.

This study used several tools, including:

SQL Server for database architecture, Drow.10 for drawing diagrams, Figma for designing prototypes (interfaces), and Microsoft Word for editing and writing text.

The study concluded the following: The ease of creating online stores allows everyone to easily enter the world of e-commerce. The platform also contributes to improving the user experience through a simple and responsive interface, increasing sales opportunities, and achieving higher growth rates.

We recommend developing the platform by launching a mobile app to facilitate store management and improve customer support through a live chat system. We also recommend activating order tracking via GPS and strengthening partnerships with major brands to attract more customers.

In conclusion, we thank God for giving us the opportunity to develop a platform that enhances e-commerce. We hope this platform will contribute to improving the user experience and providing a reliable and convenient way for both merchants and customers.



# الفصل الأول

## المقدمة

## ١-١ مقدمة المشروع:

يعد التطور التكنولوجي أحد أبرز العوامل التي ساهمت في احداث تغييرات جذرية في مختلف جوانب الحياة، حيث أصبح المحرك الأساسي للنمو والتقدم في العصر الحديث. وقد أثر هذا التطور بشكل مباشر على جميع المجالات الحياتية وبرزت مسميات جديدة مثل المتاجر الالكترونية والتي أصبحت جزءاً أساسياً من عالم التجارة الحديثة، حيث تتيح للأفراد والشركات بيع المنتجات والخدمات عبر الانترنت بسهولة وسرعة مقارنة بالمتاجر التقليدية. وفي الآونة الأخيرة تبنت المتاجر الالكترونية أساليب حديثة لعرض منتجاتها والوصول الى أكبر عدد ممكن من العملاء لذلك اعتمدت على أسلوب المنصات المخصصة التي تسهل عمليات البيع والشراء، وتساعد في إدارة العمليات التجارية مثل عرض المنتجات واطمأن عمليات الدفع والتسويق والتوصيل مما يساهم في تحسين تجربة التسوق الالكتروني. وبفضل هذه المنصات أصبح بإمكان الشركات الصغيرة والمتوسطة التوسع رقمياً بسهولة مما يعزز نمو الاقتصاد الرقمي ويزيد من فرص النجاح في سوق تنافسي يعتمد بشكل متزايد على التكنولوجيا والابتكار.

لذلك فإن "ركن" منصة متخصصة في تمكين الافراد والشركات من انشاء متاجر الكترونية بسهولة. تقدم ركن حلولاً متكاملة لأصحاب المشاريع تمكنهم من بيع المنتجات عبر الانترنت مع توفير ميزات مثل:

عرض المنتجات مع التفاصيل والصور، بالإضافة إلى توفير خيارات متعددة للدفع والتوصيل والبحث عن المنتجات بسهولة وتحسين تجربة التسوق الالكتروني للعملاء من خلال تقديم واجهة مستخدم بسيطة وسلسلة وخدمات متنوعة.

## ٢-١ مشكلة المشروع:

أسست فكرة الموقع نظرا لما نلاحظه في مجتمعنا الحالي -وفي ظل التقدم التكنولوجي- من عدم وجود منصة لإنشاء المتاجر الإلكترونية (محليا) تسهل على التاجر واصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة بيع منتجاتهم وتسهل على المشتري شراء المنتجات.

يوجد العديد من المنصات التي توفر هذه الخدمة عالميا وعربيا ولكنها لا تتناسب مع مجتمعنا لعدة اسباب منها:

- **ضعف التوافق مع البيئة الثقافية والاجتماعية:** لا تلي العديد من المنصات الخصائص الثقافية والاجتماعية المحلية، مثل اللغة العربية بلهجتها المحلية أو أنماط التسوق الشائعة في المجتمع.
- **صعوبة الوصول إلى خدمات دفع محلية:** يعاني مجتمعنا من نقص في تكامل منصات المتاجر الإلكترونية مع خدمات الدفع المحلية، مثل المحافظ الإلكترونية أو البنوك المتاحة في المنطقة.
- **محدودية البنية التحتية الرقمية:** مثل ضعف جودة الإنترنت في بعض المناطق الحضرية والريفية، مما يجعل تشغيل المنصة أو استخدامها أقل كفاءة.
- **ارتفاع تكاليف الخدمات التقنية:** تواجه المشاريع الصغيرة في المجتمع صعوبات مالية تجعل الاشتراك في المنصات أو استخدام خدماتها المتقدمة أمراً مكلفاً.
- **ضعف الوعي الرقمي:** قلة الخبرة في التعامل مع المنصات الرقمية بشكل عام تعيق الاستفادة التجار المحليين من هذه الخدمات.

### ٣-١ أهداف المشروع:

- ١- تسهيل إنشاء متجر إلكتروني بسهولة دون الحاجة إلى مهارات تقنية عالية أو خبرة برمجية وتقليل التكلفة المرتبطة بإنشاء متجر من الصفر، مما يجعل العملية قليلة التكلفة لجميع الفئات.
- ٢- تمكين البائعين من الوصول إلى جمهور واسع على الإنترنت وتحقيق انتشار أكبر لمنتجاتهم وخدماتهم.
- ٣- تقديم أدوات تساعد على إدارة المتجر، مثل إدارة المخزون، معالجة الطلبات، وخدمات الدفع والشحن.
- ٤- تقديم تصاميم سهلة الاستخدام وسريعة الاستجابة لتحسين تجربة المستخدم سواء للبائع أو العميل.
- ٥- تسهيل عمليات البيع على نطاق عالمي من خلال دعم لغات متعددة وخيارات الشحن الدولي وزيادة المبيعات.
- ٦- دعم الاقتصاد الرقمي وتشجيع الشركات على التحول من البيع التقليدي إلى الإلكتروني

## ٤-١ أهمية المشروع:

- تساعد المنصة أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على دخول عالم التجارة الإلكترونية بسهولة وبتكاليف منخفضة.
- تسهم في تقليل الاعتماد على الأنشطة الاقتصادية التقليدية من خلال تشجيع ريادة الأعمال الرقمية.
- تفتح المجال للمبدعين وأصحاب الأفكار المبتكرة لتقديم منتجات وخدمات مميزة عبر الإنترنت.
- تمكن المنصة أصحاب المتاجر من تقليل تكاليف إنشاء وصيانة المتاجر الفعلية.
- توفر أدوات جاهزة ومتكاملة لإدارة المخزون، الطلبات، وخدمة العملاء دون الحاجة إلى استثمارات كبيرة.
- تسهم المنصة في بناء الثقة لدى العملاء من خلال توفير بيئة منظمة وآمنة للتسوق.
- تتيح للعملاء الاطلاع على تقييمات المتاجر والمنتجات، مما يعزز شفافية السوق.
- تعمل المنصة على نشر ثقافة التجارة الإلكترونية بين أصحاب الأعمال والجمهور، مما يعزز الوعي بأهمية التحول الرقمي.

## ٥-١ نطاق المشروع:

يشمل نطاق المشروع كافة مناطق اليمن، مع التركيز على المتاجر في المدن الحضرية التي تمتلك قوه سوقية كبيرة مثل المكلا، عدن، صنعاء، والتركيز على الصناعات والمنتجات المحلية.

## ٦-١ حدود المشروع:

- ١- هدف المشروع:  
تمكين الأفراد والشركات من إنشاء متاجر إلكترونية بسهولة.
- ٢- الخدمات المقدمة:  
استضافة المتاجر، الدفع الإلكتروني، إدارة المخزون، خدمات التسويق، توصيل المنتجات.
- ٣- نموذج العمل:  
اشتراكات شهرية/سنوية أو عمولة على المبيعات.
- ٤- السوق المستهدف:  
الأفراد والشركات الصغيرة والمتوسطة في الأسواق المحلية.
- ٥- المزايا التنافسية:  
سهولة الاستخدام، خدمات مخصصة، ودعم احتياجات السوق المحلي.
- ٦- التحديات:  
الأمان، الامتثال القانوني، وجذب المستخدمين.

## ٧-١ المستخدمين:

تحتوي هذه المنصة على مجموعة من المستخدمين هم:

١. الزبون.
٢. التاجر.
٣. إدارة المنصة.

## ٨-١ تنظيم المشروع:

تم تقسيم المشروع الى أربعة فصول كالتالي:

١. الفصل الاول: المقدمة.
٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة وأهم ما يميزها بالإضافة إلى دراسة الجدوى.
٣. الفصل الثالث: الإطار العملي.
٤. الفصل الرابع: النتائج والتوصيات.

## ٩-١ خلاصة الفصل الأول:

لقد تناول هذا الفصل مقدمة شاملة عن المشروع وتوضيح فكرته ثم تطرق إلى المشاكل التي كانت دافع للقيام بهذا المشروع ومن ثم بعد ذلك حددت الأهداف التي من شأنها أن تحقق المبتغى من المشروع وأهمية تحقيق تلك الأهداف بالنسبة للمجتمع المعني كما تناول الفصل النطاق المكاني للمشروع وهي كافة مناطق اليمن والمستخدمين المستفيدين من المنصة وأيضا تنظيم محتوى بحثنا ومعرفة ترتيب فصوله ومحتواه.

# الفصل الثاني

## الجانب النظري



## ١-٢ مصطلحات عامة حول المشروع:

المتاجر الالكترونية: هي منصات على الانترنت تتيح للأفراد والشركات بيع المنتجات والخدمات عبر الانترنت.

أنواع المتاجر الالكترونية:

متاجر التجزئة: وهي متاجر تباع المنتجات مباشرة للعملاء.

المتاجر المتخصصة: وهي متاجر تركز على منتجات محددة مثل: الالكترونيات والملابس.

المتاجر الرقمية: وهي المتاجر التي تباع المنتجات الرقمية مثل الكتب الالكترونية

المتاجر بنظام الاشتراكات: وهي متاجر تقدم منتجات او خدمات على أساس شهري.

٢-العمليات التجارية الالكترونية: تشير الى الأنشطة والمهام الذي تنفذ عبر الانترنت من

خلال منصات التجارة الالكترونية وتضمن هذه العمليات جميع الأنشطة الذي يتم من

خلالها بيع وشراء المنتجات او الخدمات عبر الانترنت بالإضافة الى إدارة المخزون الشحن،

التسويق الالكتروني وخدمة العملاء

٣- منصة ركن: هي منصة متخصصة للتجارة الالكترونية توفر طرق سهلة للوصول الى

الخدمات والمنتجات وإدارة العمليات التجارية الالكترونية

## ٢-٢ مقدمة حول الدراسات السابقة.

الدراسات السابقة هي مجموعة الأبحاث والدراسات التي تناولت الموضوع الذي قام الباحث بدراسته وتقدم هذه الدراسات معلومات كثيرة للباحث حول موضوع الدراسة تساعد على فهم موضوع بحثه العلمي بشكل كامل وتبرز أهميتها في إعطاء الباحث الإلمام الكامل والشامل بالموضوع الذي يكون بصدد دراسته وهناك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع إنشاء المتاجر الإلكترونية وإدارتها وتناولته من زوايا مختلفة وقد تنوعت هذه الدراسات بين العربية والأجنبية سوف نستعرض لكم جملة من هذه الدراسات التي تم الاستفادة منها مع الإشارة إلى أبرز مزاياها وسلبياتها وإيجابياتها:

## ٣-٢ الدراسات السابقة (Previous Studies)

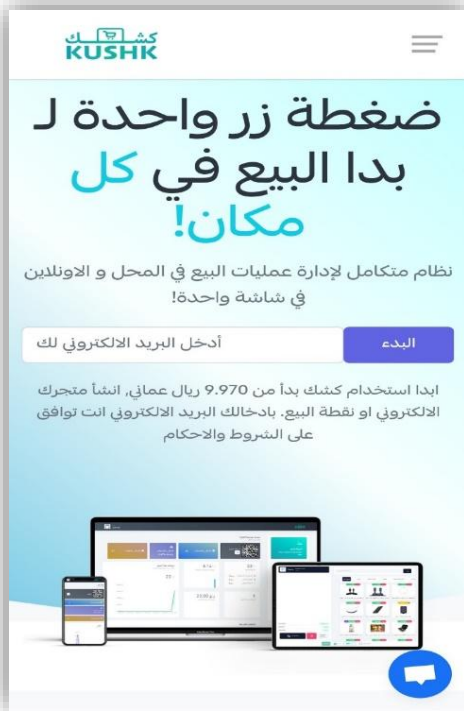
### ١-٣-٢ منصة كشك (Kushk.io) - ٢٠٢٠ م - سلطنة عمان

تأسست منصة "كشك" في عام ٢٠٢٢ على يد هيثم بن عبدالله البلوشي. تهدف المنصة إلى تمكين المحلات التجارية والأفراد من إنشاء متاجرهم الإلكترونية بسهولة، مما يساهم في تعزيز التجارة الإلكترونية في عمان. توفر "كشك" قنوات بيع متعددة، سواء عبر الإنترنت أو في المتاجر التجارية، مما يمنح العملاء تجربة تسوق سلسة. تشمل ميزاتها إمكانية شراء المنتجات من موقع ويب مستقل، مع شحن المنتجات إلى مواقع العملاء بواسطة شركات لوجستية مرتبطة بالمنصة [1].

تهدف منصة "كشك" إلى تحسين تجربة التسوق لكل من التجار والمستهلكين وزيادة مبيعاتهم عبر الإنترنت. كما تسعى لدعم التجار في التوسع والوصول إلى أسواق جديدة من خلال توفير قنوات بيع متعددة تشمل التجارة الإلكترونية والمتاجر التقليدية، مع تقديم ٦ خدمات رئيسية تشمل متجر إلكتروني متكامل ونقاط بيع عبر الأجهزة المحمولة

#### مميزات منصة كشك:

- تصميم سهل يتيح التفاعل دون تدريب مسبق.
- توفير الخدمات الذاتية التي تقلل الحاجة للتفاعل مع الموظفين.
- شاشات لمس تفاعلية للوصول السريع للخدمات.
- إمكانية التخصيص وتلبية احتياجات محددة حسب الاستخدام.
- توفير أدوات تحليلية لتحسين الخدمات والعروض.



الشكل ٢-١: منصة كشك.

## عيوب منصة كشك:

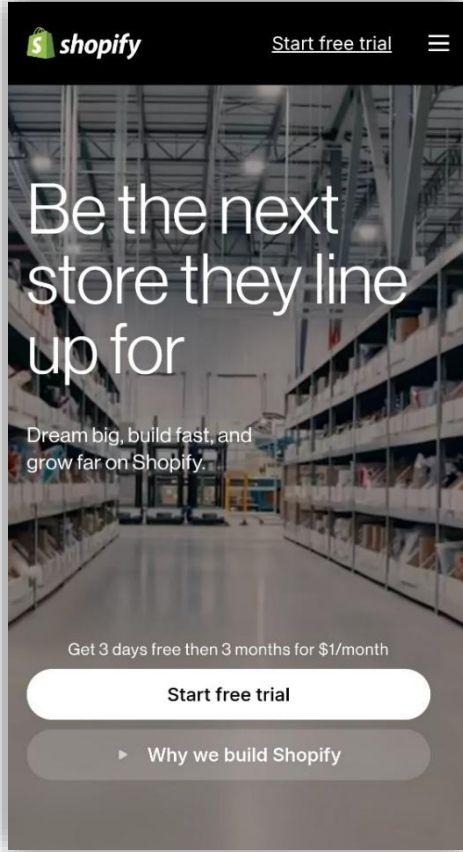
- تؤثر الأعطال التقنية على الخدمة بشكل سلبي.
- قلة التفاعل البشري مما يؤدي الى افتقاد بعض العملاء التواصل المباشر مما يؤثر على تجربتهم.
- تحتاج الأكشاك إلى صيانة دورية، مما يزيد من تكاليف التشغيل.

## ٢-٣-٢ منصة شوبيفاي (Shopify) – ٢٠٠٦ م - كندا

هي عبارة عن منصة إلكترونية وتطبيق يساعدك على إنشاء المتاجر الإلكترونية بشكل بسيط دون الحاجة إلى معرفة برمجية سابقة تم تأسيس منصة شوبيفاي Shopify عام ٢٠٠٦، وحتى الان تستمر وتنمو بشكل مستقر بأكثر من ١٥ سنة، واستطاعت كسب ثقة أكثر من ٣,٧ مليون متجر إلكتروني على الإنترنت، وحققت مبيعات بمبلغ أكثر من ٤٩٦ مليار دولار، وهذه الإحصائيات تدل على قوة تلك الشركة ومدى توسع مكانتها في سوق المتاجر الإلكترونية مع وجود منافسين أقوياء آخرين<sup>[2]</sup>.

تهدف منصة شوبيفاي إلى تمكين أصحاب المتاجر من الدخول في عالم التجارة الإلكترونية بسرعة وسهولة، دون الحاجة لخبرة برمجية أو معرفة تقنية عميقة. حيث توفر العديد من الميزات والأدوات القوية التي تساعد المستخدمين على إنشاء وتخصيص متجرهم الإلكتروني بكل سهولة.

تكمّن مزايا منصة شوبيفاي في أنها تساعد الأفراد والشركات في بدء تجارتهم بسهولة وفاعلية من خلال تصميم واجهة سهلة الاستخدام تجعل تجربة التسوق أكثر سلاسة.



الشكل ٢-٢: منصة شوبيفاي.

## عيوب منصة Shopify:

تشمل المنصة قوالب مجانية محدودة حيث توفر ١٠ قوالب مجانية فقط، وتكلفة شراء قوالب أخرى تعتبر مرتفعة بالنسبة لأصحاب المشاريع الصغيرة، وكذلك خيارات إضافة المنتج محدودة وبوابة دفع Shopify متاحة لدول محدودة فقط ولا تدعم الدول العربية

## ٣-٣-٢ منصة اوبن كارت (Opencart) - ١٩٩٨ - الولايات المتحدة

هي منصة مجانية تساعدك على إنشاء متجر إلكتروني مع توفير كافة الاحتياجات التي تحتاج إليها لإدارة وتنظيم المتجر الإلكتروني وذلك بالاعتماد على سكربت مفتوح المصدر Opencart Open Source [3].

تم إصدار النسخة الأولى من منصة اوبن كارت Opencart عام ١٩٩٨ وبعد ذلك تم تطوير المنصة تدريجيًا حتى أصبحت أحد أهم منصات إنشاء المتاجر الإلكترونية اليوم والذي يتجاوز عدد مستخدميها أكثر من ٥٠٠ ألف مستخدم حول العالم.

تهدف منصة اوبن كارت Opencart إلى تجهيز المتجر الإلكتروني بكافة المميزات الأساسية التي تحتاج إليها كما أنها توفر لك لوحة تحكم بسيطة تستطيع الاعتماد عليها في إدارة كافة عناصر المتجر الإلكتروني.

وتكمن أهمية منصة اوبن كارت Opencart في تحسين تجربة المستخدم من خلال خيارات متعددة وإدارة فعالة، وزيادة المبيعات من خلال أدوات تسويقية فعالة وتحسين محركات البحث، التوسع والمرونة والتكيف مع احتياجات السوق.

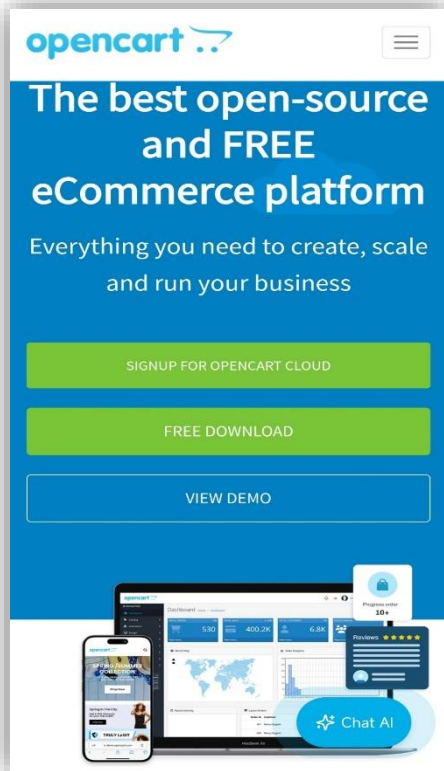
### مزايا منصة اوبن كارت Opencart:

- سهولة الاستخدام حيث توفر لوحة تحكم متجاوبة تضم كافة خيارات المتجر الإلكتروني
- تستطيع الاعتماد في إنشاء مجموعة من المتاجر المتعددة على نفس المنصة الواحدة بشكل منفصل تمامًا.
- تتوفر بأكثر من ٤٠ لغة.
- تستطيع الاعتماد على إدارة مخزون منتجات متجرك الإلكتروني بشكل ممتاز دون الحاجة إلى أدوات خارجية.
- تتوافق مع أكثر من ٥١ بوابة دفع مختلفة بشكل مُعد مسبق على سبيل المثال بنك PayPal أو بنك Skrill.

- تتوافق مع أغلب شركات الشحن الرئيسية على متجرك الإلكتروني دون الحاجة إلى إضافات خارجية.

### عيوب منصة اوبن كارت Opencart:

- محدودية التخصيص المتقدم: قد يكون معقدًا ويتطلب معرفة تقنية عالية.
- أداء بطيء مع زيادة المنتجات: - قد يحتاج المتجر إلى تحسينات تقنية إضافية مثل تحسين استعلامات قاعدة البيانات أو استخدام تقنيات التخزين المؤقت (caching) لتحسين الأداء.



- صعوبة في إدارة المبيعات المتقدمة: أصحاب المتاجر الذين يحتاجون إلى أنظمة مبيعات معقدة أو إدارة عروض خاصة قد يجدون أوبن كارت أقل مرونة من منصات أخرى.
- واجهة المستخدم غير متقدمة: قد يجد بعض المستخدمين صعوبة في التنقل داخل لوحة التحكم أو في تخصيص واجهات المستخدم بشكل يتناسب مع احتياجاتهم.

الشكل ٢-٣: منصة اوبن كارت.

## ٢-٣-٤ منصة إكسباند كارت (Expand Cart) - ٢٠٠٨ م - مصر

تعتبر أقدم منصة عربية متخصصة في مجال إنشاء المتاجر الإلكترونية حيث تم تأسيس المنصة عام ٢٠٠٨ م بأكثر من ١٠ سنوات تواجد في الأسواق العربية وتستضيف حالياً أكثر من ٢٥ ألف منصة وتحقق مبيعات بأكثر من ٨٠٠ ألف دولار<sup>[4]</sup>.

تهدف منصة إكسباند كارت إلى تمكين التجارة الإلكترونية من خلال توفير أدوات سهلة لمساعدة الأفراد والشركات على إنشاء متاجر إلكترونية متكاملة، حيث تقدم خدمات مثل الاستضافة والدومين ضمن منصة واحدة. تسعى لتلبية احتياجات السوق العربي من خلال حلول محلية، وتعزيز الابتكار بتقديم ميزات جديدة وتحسين تجربة المستخدم.

وتكمن مزايا منصة إكسباند كارت في توفير أدوات شاملة ومتكاملة لإنشاء وإدارة المتاجر الإلكترونية، مما يسهل على الأفراد والشركات بدء أعمالهم دون الحاجة لخبرة تقنية. توفر المنصة تجربة مستخدم سلسة من خلال باقة تجريبية مجانية، وخدمات تجهيز المتاجر، ودعم كامل باللغة العربية، بالإضافة إلى عدم وجود عمولات على المبيعات. كما تتيح خيارات متعددة للدفع والشحن، وتساعد في تحسين تواجد المتاجر عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات، مما يعزز من فرص النجاح والنمو في السوق.





الشكل ٢-٤: منصة إكسباند.

تواجه منصة إكسباند كارت بعض العيوب التي قد تؤثر على قرار المستخدمين، منها فرض قيود على عدد المنتجات في الخطط الأساسية، حيث تكون غير محدودة فقط في الباقات المتقدمة. التطبيق الإلكتروني متاح فقط في الخطة الأعلى، ولا توجد خيارات متعددة من القوالب الجاهزة، حيث توفر المنصة ١٠ قوالب فقط مع اختلافات بسيطة. كما قد تواجه أسعارًا إضافية للخدمات الفرعية، ويعتبر البعض أسعار الخطط مرتفعة مقارنةً بمنصات أخرى. على الرغم من وجود دعم فني متكامل وسريع، إلا أنه غير متاح على مدار الساعة ويفتقر إلى الكفاءة في بعض الأمور التقنية، مما يشير إلى ضعف في هذه الخدمة.

## ٥-٣-٢ منصة سلة (Salla) - ٢٠١٦ م - المملكة العربية السعودية

هي منصة سعودية متخصصة في مجال التجارة الإلكترونية، تم إطلاقها في عام ٢٠١٦. تهدف إلى تمكين الأفراد والشركات من إنشاء متاجر إلكترونية خاصة بهم بكل سهولة ويسر، دون الحاجة إلى خبرات تقنية متقدمة، وجعل التجارة الإلكترونية في متناول الجميع، سواء كانوا أصحاب أعمال صغار أو كبار، تسعى سلة إلى تقديم حلول متكاملة للتجارة الإلكترونية، بدءًا من إنشاء المتجر وانتهاءً بإدارة الطلبات والتسويق. تساهم سلة في تنشيط الاقتصاد الرقمي في المنطقة العربية من خلال تشجيع التجارة الإلكترونية [5].

توفر سلة مجموعة شاملة من الأدوات والخدمات الرقمية التي تساعد في إدارة وتشغيل المتاجر الإلكترونية بفعالية، مثل إدارة المخزون، الدفع الإلكتروني، الشحن، وأدوات التسويق الإلكتروني.

وتكمن مزايا سلة في تقديم واجهة مستخدم بسيطة وبديهية، مما يجعلها مثالية حتى للمبتدئين، تقدم سلة تقارير وتحليلات مفصلة حول أداء المتاجر، مما يساعد على اتخاذ قرارات أفضل وتحسين الإستراتيجيات التسويقية.

### عيوب منصة سلة:

- الدومين الخاص: لا يمكنك اضافة دومين خاص بشركات استضافة خارجية إلا بالخطوة الأعلى في الموقع وإذا كان لديك دومين خاص يجب أن تنقله إلى منصة سلة حتى تستطيع ربطه مع متجرك الإلكتروني.
- لا يمكن التعديل على المتجر الإلكتروني بشكل متقدم: تعتبر تلك النقطة من العيوب التي يقابلها المبرمجين بشكل خاص، حيث لا تسمح منصة سلة التعديل على القوالب باستخدام اكواد CSS إلا في الباقة الأعلى في المنصة فقط .



- المنصة غير متاحة في جميع الدول: من أكبر عيوب منصة سلة أنها غير متاحة للاستخدام في جميع دول العالم ولكن استخدامها محصور داخل بعض دول الخليج وفي المملكة العربية السعودية بشكل أساسي.

هي منصة متطورة احدثت ثورة في عالم البيع عبر الإنترنت. بواجهة سهلة الاستخدام وأدوات خلفية قوية، تمكّن دُكان الشركات من عرض منتجاتها وبيعها بسهولة عبر الإنترنت. من إدارة المخزون إلى تنفيذ الطلبات، ايضا تُبسّط دُكان كل خطوات التجارة الإلكترونية، لتمنحك الوقت والتركيز اللازمين لتحقيق النمو[6].

تأسست المنصة في اواخر ٢٠٢٠ م وتعتبر منصة دكان جزء من شركة Webnetfly Ltd البريطانية حيث تشكل جسراً بين الإبداع البريطاني والتميز المصري.

كما أنها ليست مجرد منصة عادية، بل هي رؤية متكاملة تهدف إلى تمكين الأفراد والشركات من تحقيق أهدافهم الرقمية بسهولة وفعالية. في دكان يتم تقديم حلولاً مرنة ومصممة خصيصاً لكل عميل، مع التركيز على الأداء العالي، التصميم العصري، والتجربة السلسة.

يدير منصة دكان فريق محترف مكون من ٢٠ خبيراً في مجالات البرمجة، التصميم، التسويق الرقمي، ودعم العملاء. لا تكتفي المنصة فقط بتقديم خدمات تقنية، بل تعمل كشركاء حقيقيين لعملائها، ملتزمين بتحقيق النجاح لهم على جميع الأصعدة. يتمتع فريق دكان بإدارة مصرية مُلهمة، تجمع بين الاحترافية والشغف لتقديم حلول استثنائية.



الشكل ٢-٦: منصة دكان.

### مزايا منصة دكان:

- تقنيات متقدمة تضمن الأداء العالي وسرعة الاستجابة.
- تصاميم عصرية تتناسب مع أحدث التوجهات العالمية.
- دعم فني مستمر على مدار الساعة لضمان نجاحك الرقمي.
- حلول متكاملة تناسب جميع أنواع المشاريع، من الشركات الصغيرة إلى الشركات الكبرى.

### عيوب منصة دكان:

- خيارات تخصيص المتجر محدودة مقارنة بالمنصات الأخرى
- محدودية سياسة الاسترجاع وعدم وجود مرونة أكبر فيها.

## ٧-٣-٢ منصة زد (Zid.sa) - ٢٠١٧ م - المملكة العربية السعودية

زد هي منصة سعودية قابضة تأسست عام ٢٠١٧ تهدف إلى تمكين قطاع التجزئة من دخول عالم التجزئة الإلكترونية بطريقة سهلة واحترافية توفر المنصة أدوات وتقنيات مبتكرة تتيح لأي شخص أو شركة إنشاء متجر إلكتروني متكامل دون الحاجة إلى مهارات تقنية متقدمة، وتدعم تكامل الأنظمة المالية والشحن لمساعدة التجار على النمو في الأسواق الإلكترونية<sup>[7]</sup>.

تتميز منصة زد بتقديم مجموعة من الأدوات المتقدمة التي تشمل تحليل البيانات، وتوفير تقارير شاملة لأداء المتجر، مما يسهل على أصحاب الأعمال تحسين استراتيجياتهم التجارية.

تعد المنصة أداة مثالية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة التي ترغب في توسيع نطاق عملها بسرعة وكفاءة عبر الإنترنت. كما أنها توفر حماية للبيانات وأماناً عالياً في عمليات الدفع، مما يوفر بيئة آمنة للمستخدمين.

### مزايا منصة زد:

- أدوات تسويقية متكاملة: مثل العروض والخصومات لجذب المزيد من العملاء.
- أمان عالي: ضمان أمان المعلومات والمعاملات المالية.
- حلول شحن متكاملة: تدعم كافة خيارات الشحن مما يتيح تسليم المنتجات بسرعة وسهولة.

## عيوب منصة زد:

- قدرة التحميل العالي: قد تواجه المنصة صعوبة في التعامل مع عدد كبير من المستخدمين في نفس الوقت، مما قد يؤدي إلى بطء في الأداء .
- لتحديثات المتكررة: التحديثات المتكررة والتي قد تتسبب في توقف مؤقت للخدمات، مما يؤثر على تجربة المستخدمين
- تكاليف الإعلانات: قد تكون تكاليف الإعلانات على المنصة مرتفعة، مما يجعل من الصعب على المتاجر الصغيرة التنافس مع المتاجر الأكبر.



الشكل ٢-٧: منصة زد.

## ٤-٢ ملخص الدراسات السابقة

جدول ١-٢: ملخص الدراسات السابقة.

م	اسم الدراسة	تاريخ إنشاء الدراسة	هدف الدراسة	توصيات/ عيوب الدراسة
١	منصة كشك	٢٠١٧ م	<p>١ - تصميم سهل يتيح التفاعل دون تدريب مسبق..</p> <p>٢ - توفير الخدمات الذاتية التي تقلل الحاجة للتفاعل مع الموظفين.</p> <p>٣ - شاشات لمسية تفاعلية للوصول السريع للخدمات.</p> <p>٤ - إمكانية التخصيص وتلبية احتياجات محددة حسب الاستخدام.</p> <p>٥ - توفير أدوات تحليلية لتحسين الخدمات والعروض.</p>	<p>١ - تؤثر الأعطال التقنية على الخدمة بشكل سلبي.</p> <p>٢ - نقص التفاعل البشري قد يفقد العملاء التواصل المباشر، مما يؤثر على تجربتهم.</p> <p>٣ - تحتاج الاكشاك الى صيانة دورية، مما يزيد من تكاليف التشغيل.</p>
٢	منصة شوبيفاي (Shopify)	٢٠٠٦ م	<p>١ - تمكين أصحاب المتاجر من الدخول في عالم</p>	<p>١ - تشمل قوالب مجانية محدودة حيث توفر</p>

			<p>التجارة الإلكترونية</p> <p>بسرعة وسهولة.</p> <p>٢- دعم نمو الأعمال التجارية عبر الإنترنت.</p> <p>٣- تحسين تجربة العملاء وزيادة المبيعات.</p>	<p>١٠ قوالب مجانية فقط.</p> <p>٢- تكلفة شراء قوالب أخرى تعتبر مرتفعة بالنسبة لأصحاب المشاريع الصغيرة.</p> <p>٣- خيارات إضافة المنتج محدودة وبوابة الدفع متاحة لدول محدودة فقط ولا تدعم الدول العربية.</p>
٣	منصة اوبن كارت (Opencart)	١٩٩٨ م	<p>١- توفير منصة إلكترونية مفتوحة المصدر وسهلة الاستخدام.</p> <p>٢- دعم تعدد العملات واللغات.</p>	<p>١- ضعف في الدعم الفني.</p> <p>٢- ارتفاع تكاليف الخدمات.</p> <p>٣- تكلفة الإضافات والقوالب مرتفعة نسبياً.</p>
٤	منصة إكسباند كارت (Expand Cart)	٢٠٠٨ م	<p>١- توفير حلول تسويقية إلكترونية متكاملة.</p> <p>٢- دعم التحول الرقمي للشركات في العالم العربي.</p>	<p>١- لا توجد خيارات متعددة من القوالب الجاهزة.</p> <p>٢- فرض أسعاراً إضافية للخدمات الفرعية.</p> <p>٣- يعتبر البعض أسعار الخطط مرتفعة مقارنةً بمنصات أخرى.</p> <p>٤- ضعف الدعم الفني لدى المنصة.</p>



١- الدومين الخاص: لا يمكنك اضافة دومين خاص بشركات استضافة خارجية إلا بالخطة الأعلى في المنصة.				
٢- لا يمكن التعديل على المتجر الإلكتروني بشكل متقدم حيث لا تسمح منصة سلة للتعديل على القوالب باستخدام اكواد CSS إلا في الباقة الأعلى في المنصة فقط.	١- توفير بيئة تجارة إلكترونية متكاملة محليا. ٢- تعزيز تجربة المستخدم وزيادة المبيعات ٣- تحسين عمليات الدفع والشحن.	٢٠١٦ م	منصة سلة	٥
٣- المنصة غير متاحة في جميع الدول ولكن استخدامها محصور داخل بعض دول الخليج وفي المملكة العربية السعودية بشكل أساسي.				
٣- خيارات تخصيص المتجر محدودة مقارنة بالمنصات الأخرى.	١- دعم التحول الرقمي للتجار والشركات الصغيرة.	٢٠٢٠ م	منصة دكان	٦
٤- محدودية سياسة الاسترجاع وعدم وجود مرونة أكبر فيها.	٢- زيادة كفاءة إدارة المتاجر.			

٥- المنصة غير مجهزة لدعم لغات متعددة.				
٣- تواجه المنصة صعوبة في التعامل مع عدد كبير من المستخدمين في نفس الوقت، مما قد يؤدي إلى بطء في الأداء. ٤- التحديثات المتكررة للمنصة قد تتسبب في توقف مؤقت للخدمات، مما يؤثر على تجربة المستخدمين. ٥- تكاليف الإعلانات على المنصة مرتفعة، مما يجعل من الصعب على المتاجر الصغيرة التنافس مع المتاجر الأكبر.	١- تمكين قطاع التجزئة من دخول عالم التجارة الإلكترونية. ٢- توفير أدوات وتقنيات مبتكرة.	٢٠١٧ م	منصة زد	٧

## ٥-٢ مميزات الدراسات السابقة بالمقارنة مع موضوع دراستنا:

جدول ٢-٢: مميزات الدراسات السابقة بالمقارنة مع موضوع دراستنا.

معايير المقارنة	منصة كشك	منصة شوبيفاي	منصة اوبن كارت	منصة إكسباند كارت	منصة سلة	منصة دكان	منصة زد	منصة ركن (موضوع الدراسة)
التكلفة المنخفضة	لا تدعم	لا تدعم	لا تدعم	لا تدعم	تدعم	تدعم	لا تدعم	تدعم
بساطة المنصة	تدعم	تدعم	تدعم	تدعم	تدعم	تدعم	تدعم	تدعم
تعدد اللغات	تدعم	تدعم	تدعم	تدعم	تدعم	لا تدعم	تدعم	تدعم
استجابة المنصة	تدعم	لا تدعم	تدعم	لا تدعم	تدعم	تدعم	لا تدعم	تدعم
محدودية التخصيص	تدعم	تدعم	لا تدعم	لا تدعم	تدعم	لا تدعم	تدعم	تدعم
الدعم الفني	لا تدعم	تدعم	لا تدعم	لا تدعم	تدعم	تدعم	تدعم	تدعم
لا توجد عمولة على البيع	تدعم	تدعم	لا تدعم	لا تدعم	لا تدعم	لا تدعم	تدعم	تدعم

## ٦-٢ دراسة الجدوى (Feasibility Study) :

يمكن تعريف دراسة الجدوى على انها سلسلة دراسات متخصصة ومتراصة تجري على المشاريع منذ بداية التفكير في عمل المشروع وحتى يصل المشروع الى مرحلة التأكد بقصد التأكد من احتمال إتمام المشروع بنجاح، وتقييمه إذا كان مريح او لا عن طريق تحليل عدة عوامل، وتحديد المخاطر المحتملة وكيفية التعامل معها [8].

دراسة الجدوى لمشروع " منصة ركن " تتطلب تحليل شامل للعديد من الجوانب المختلفة والمتمثلة في:

### ١-٦-٢ دراسة الجدوى الفنية (Technical Feasibility Study) :

هي احدى اهم عناصر دراسة الجدوى الذي تركز على كافة الجوانب التقنية المتعلقة بالمشروع، ويتم فيها التعرف على متطلبات المشروع من جميع النواحي التقنية واعداد مختلف الدراسات الذي تساعد في اتخاذ القرارات السليمة حول الاستمرار بالمشروع وسوف نبدأ بعرض مراحل دراسة الجدوى الفنية وتفصيلها بالشكل الآتي [9]:

نقوم بدراسة

١- الأجهزة.

٢- البرمجيات.

٣- فريق العمل.

## ١-١-٦-٢ دراسة الجدوى الفنية للأجهزة (Hardware):

هي دراسة جدوى فنية تهدف الى تقييم مدى ملائمة الأجهزة المطلوبة (Hardware) لتنفيذ المشروع من حيث الأداء، التكلفة، الصيانة، التوافق مع البيئة التشغيلية ومدى توفرها بالسوق.

جدول ٢-٣: دراسة الجدوى الفنية للأجهزة.

الأجهزة	عدد	مواصفات
جهاز حاسوب محمول	١	<p>جهاز حاسوب بمواصفات معينة، مثل:</p> <p>١. معالج إنتل Core i7.</p> <p>٢. شاشة ١٥,٦ بوصة FHD.</p> <p>٣. كارت شاشة Intel UHD.</p> <p>٤. ذاكرة عشوائية ٨ قيقا رام.</p> <p>٥. ذاكرة تخزين داخلية تصل إلى ٥١٢ قيقا بايت SSD.</p> <p>٦. نظام ويندوز ١١.</p>
Router	١	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نطاق التردد ٢,٤ جيجا هرتز و ٥ جيجا في ان واحد.</li> <li>- منافذ التوصيل من نوع إيثرنت المزدوجة.</li> <li>- يمتلك الراوتر رقاقة أمان متقدمة بحيث لا يتمكن أحد من اختراق الجهاز.</li> <li>- يمتلك الجهاز ميزة Nest Wi-Fi المساعدة من قوقل</li> <li>- إمكانية مراقبة الخصوصية.</li> </ul>
ربط الشبكة CAPEL	١	نوع FTB

خازن طاقة (بطارية وجهاز كهربائي)	١	- بطارية ٢٠٠ امبير. - جهاز كهربائي ١١٠٠ واط ١٢ فولت.
----------------------------------	---	---

## ٢-١-٦-٢ دراسة الجدوى الفنية للبرمجيات (Software):

تضمن دراسة الجدوى الفنية للبرمجيات عدة عناصر أساسية مثل البرامج والتطبيقات المطلوبة لعمل الموقع، وتهدف الى تحديد ما إذا كان الموقع سيلبي احتياجات التجار والسوق ومتطلباته، وتساعد هذه الدراسة في تقليل المخاطر المرتبطة بالبرمجيات.

جدول ٢-٤: دراسة الجدوى الفنية للبرمجيات.

البرامج	النوع او الإصدار	التفاصيل
نظام تشغيل	Windows home 11	المستخدم لإدارة المشروع
برنامج لمكافحة الفيروسات Norton	2023	لحماية البرنامج من الفيروسات
برنامج SQL SERVER	2019	لاستخدامه في إدارة قواعد البيانات
برنامج Figma	2019	لتصميم الواجهات
سحابة Microsoft Azure	اشترك سنوي	لاستخدامه كخادم للموقع
Draw io	2022	برنامج لرسم المخططات
الاستضافة	عدده 1	Hosting, Domain
برنامج Visual Studio Code	2022	لبناء الموقع الالكتروني

## ٣-١-٦-٢ دراسة الجدوى الفنية لفريق العمل (Team Work):

تعتبر دراسة الجدوى الفنية لفريق العمل امر مهم في أي مشروع فهي تساعد على تحديد المتطلبات بدقة وتجنب المشكلات وتعزيز التعاون والتواصل بين أعضاء الفريق، وتضمن هذي الدراسة عدة عناصر أساسية:

تحديد المهارات والخبرات المطلوبة لأعضاء الفريق وتقييم جودة وكفاءة أداء الفريق:

- ١- محلل النظم: هو الذي يجمع ويحلل البيانات والمعلومات لتحسين كفاءة أداء الأنظمة والبرامج.
- ٢- مصمم واجهات الموقع: هو المسؤول عن تصميم واجهة المستخدم للموقع الإلكتروني بطريقة تجعلها سهلة الاستخدام وجذابة للمستخدمين
- ٣- مبرمج الموقع: هو الشخص الذي يقوم ببرمجة الحاسوب وتطوير البرمجيات له
- ٤- مسؤول الصيانة والدعم الفني: هو المسؤول عن صيانة الموقع وإصلاح أي مشاكل تظهر فيه تقديم الدعم الفني للمستخدمين.
- ٥- مسؤول التدريب على الموقع: هو المسؤول عن تدريب المستخدمين على استخدام الموقع بطريقة صحيحة وفعالة.
- ٦- مسؤول التركيب والدعم الفني لخط الانترنت والاقمار الصناعية: هو المسؤول عن تركيب وصيانة خطوط الانترنت وتقديم الدعم الفني للمستخدمين في حالة وجود مشاكل بالاتصال بالإنترنت.
- ٧- اختبار الموقع: هي عملية تحديد مدة جودة وكفاءة الموقع والتأكد من عدم وجود أخطاء او مشاكل فيه قبل اطلاقه.
- ٨- مدير المشروع: هو المسؤول عن التخطيط والتنسيق وضمان تنفيذ المشروع وفقا للجدول الزمني.
- ٩- مسؤول لقاعدة البيانات: هو الذي له دور في تصميم وتنفيذ أنظمة إدارة قواعد البيانات فهو المسؤول عن البيانات.
- ١٠- مسؤول التسويق: هو الشخص المكلف بتطوير وتنفيذ استراتيجيات تسويقية تهدف الى جذب المستخدمين الى الموقع وزيادة عدد المتاجر التي يتم انشاؤها.

## ٢-٦-٢ دراسة الجدوى الاقتصادية (Financial Feasibility Study) :

هي عملية تحليل مفصل للجوانب المالية للمشروع، وتشمل دراسة جوانب مختلفة في المشروع مثل: التكاليف الإجمالية والإيرادات المتوقعة، وتهدف هذه الدراسة إلى تحديد ما إذا كان المشروع يستحق الاستثمار أم لا ويساعد على تحديد أفضل الطرق لتنفيذ المشروع بأكثر كفاءة اقتصادية<sup>[10]</sup>.

### ١-٢-٦-٢ دراسة الجدوى الاقتصادية للأجهزة (Hardware) :

جدول ٥-٢: دراسة الجدوى الاقتصادية للأجهزة.

معدات	العدد	التكلفة
جهاز حاسوب محمول	1	935\$
Router <sup>[11]</sup>	1	32\$
الاستضافة <sup>[12]</sup>	1	21\$
ربط الشبكة CAPEL <sup>[13]</sup>	1	41\$
الإجمالي		1029\$



## ٢-٢-٦-٢ دراسة الجدوى الاقتصادية للبرمجيات (Software):

جدول ٦-٢: دراسة الجدوى الاقتصادية للبرمجيات.

التكاليف	البرامج
75\$	نظام تشغيل
80\$	برنامج Norton لمكافحة الفيروسات [14]
179\$	MS SQL SERVER
23\$	برنامج Figma
Free	سحابة Microsoft Azure [15]
Free	Draw io [16]
20\$	الاستضافة
70\$	Visual Studio Code [17]
477\$	الإجمالي

## ٣-٢-٦-٢ دراسة الجدوى الاقتصادية لفريق العمل (Team Work):

جدول ٧-٢: دراسة الجدوى الاقتصادية لفريق العمل.

فريق العمل	التكلفة
مدير المشروع	يبدأ من \$500
محلل النظم	يبدأ من \$600
مبرمج	يبدأ من \$500
مصمم واجهات الموقع	يبدأ من \$400
مسؤول لقاعدة البيانات	يبدأ من \$600
مسؤول التدريب على الموقع	يبدأ من \$400
مسؤول الصيانة والدعم الفني	يبدأ من \$400
مختبر الموقع	يبدأ من \$300
مسؤول التسويق	يبدأ من \$500
<b>الإجمالي</b>	<b>4200\$</b>

## ٣-٦-٢-٢ دراسة الجدوى الاجتماعية (social feasibility study):

تستند الى انشاء موقع ويب يمكن أصحاب المتاجر من انشاء موقع الكترونيه خاصة بهم، مما يسهل عليهم عرض وبيع منتجاتهم عبر الانترنت وقد تبين اثناء جمع بيانات البحث الى ان الكثير من المستخدمين يفضلون البيع وتقديم الخدمات عبر الانترنت، لذلك تم التركيز على استهداف أصحاب المشاريع المتوسطة والصغيرة والتجار بشكل عام اللذين يرغبون في الدخول الى التجارة الالكترونية، لانهم يواجهون في الوقت الحالي صعوبة في عملية عرض وتسويق منتجاتهم , مما يشكل عائق في وصولها الى العملاء بطريقة صحيحة، بالإضافة الى انهم لا يملكون الخبرة الكافية في حل المشكلات التي تواجههم, مما أدى الى تفاعلهم واستجابتهم حول فكرة المشروع .

## ٧-٢ خلاصة الفصل الثاني:

تناول الفصل الثاني مفهوم الدراسات السابقة والتي تُعرف بأنها الأبحاث والدراسات التي أُجريت سابقاً في نفس المجال أو الموضوع الذي يتناوله مشروع دراستنا حالياً. حيث تهدف الدراسات السابقة إلى توفير السياق والمعلومات الضرورية لنا لفهم المشكلة أو السؤال البحثي الحالي، وللمساعدة في تحديد الفجوات في المعرفة والاستنتاجات التي يمكن الوصول إليها من خلال معرفة أهدافها، وعيوبها، وبيان مميزات تتوافر في مشروعنا، و لا تتوافر في هذه الدراسات من خلال عمل مقارنة بينهم، ثمّ تمّ التطرق إلى دراسة الجدوى، والتي تركز على محورين رئيسيين تتمثل في الدراسة الفنية التي توضح متطلبات التطبيق من أجهزة وبرمجيات، و أفراد، و الدراسة الاقتصادية التي تركز على تقدير التكاليف، و الإيرادات، و الأرباح المتوقعة من المنصة.

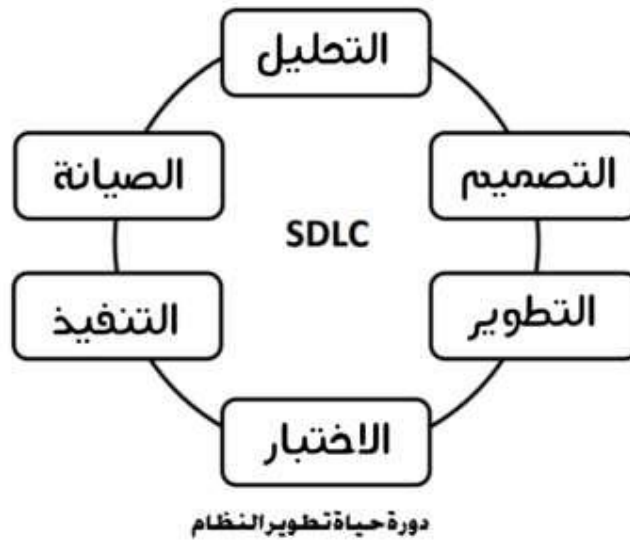
الفصل الثالث

الإطار العملي

### ١-٣ المقدمة:

يناقش هذا الفصل العملي كل ما يتعلق بتحليل النظام الذي نقوم بدراسته وتوضيح آلية العمل الحالية التي يعمل بها حاليا بهدف تطويرها وتحسينها عن طريق تكنولوجيا المعلومات وحل كل المشاكل التي يعاني منها ونمذجة كل عملياتها بشكل تقني وأيضا توفير مميزات عالية الأداء تلبي متطلبات العملاء، كل هذا نقوم به بعد عملية جمع البيانات والنتائج المطلوبة لاتخاذ القرار.

### ٢-٣ منهجية المشروع SDLC (System Develop Life Cycle):



الشكل ١-٣: دورة حياة تطوير النظام.

### ١-٢-٣ أنواع المنهجيات:

يتم استخدام عدة منهجيات لتطوير البرمجيات، حيث يمر المشروع في مراحل دورة حياة تطوير النظام. من بين هذه المنهجيات:

#### ١- المنهجية التقليدية (الشلال – Water Fall):

يتميز بتسلسل خطي للتطوير يشمل مراحل متتابعة.

## ٢- منهجية Scrum (أجايل - Agile):

تعتمد على تقسيم المشروع إلى دورات تطوير قصيرة تُعرف بـ "التسليمات التكرارية"، حيث يتم تطوير وتسليم جزء صغير من المشروع في كل دورة. تتيح التكامل المستمر وتجاوب سريع مع المتغيرات، وتلائم المشاريع التي تتطلب مرونة وتكيفاً مستمراً.

## ٣- منهجية التطوير الشامل (Comprehensive Development Model):

يجمع بين مفاهيم منهجية الشلال والتطوير التكراري، مع التركيز على التعديل والتحسين المستمر.

## ٤- منهجية V-Model :

يشبه نمط الشلال ويرتبط بشكل مباشر بمراحل الاختبار.

## ٥- منهجية Spiral:

يتكرر حول محور مركزي ويتيح التكامل التدريجي للمكونات.

## ٦- منهجية Incremental:

تم تقسيم المشروع إلى أقسام صغيرة تطور بشكل تسلسلي ويتم تضمينها تدريجياً في النظام الكلي.

## ٧- منهجية RAD (Rapid Application Development):

يهدف إلى تسريع عملية التطوير وتقليل الزمن بين تحديد المتطلبات وتسليم النظام.

## ٨- منهجية Prototyping:

يشمل إنشاء نماذج للنظام لفهم متطلبات المستخدمين وتحسين التفاعل.

### ٢-٢-٣ اعتماد المنهجية:

تم اعتماد منهجية Scrum Agile كمنهجية لمشروعنا تعد منهجية أجايل (Agile) أسلوبا متطورا في عملية تطوير البرمجيات، حيث يتم إنشاء وتطوير البرمجيات عبر جهود التعاون داخل فريق عمل متعدد الوظائف، والذي يتمتع بتنظيم ذاتي. تستند هذه المنهجية إلى مبادئ رئيسية تعزز التخطيط المرن والتطوير التدريجي والتسليم المبكر والتحسين المستمر، مع التركيز على الاستجابة السريعة والمرونة للتغيرات.

تشجع مبادئ أجايل على تعريف وتطوير العديد من أساليب تطوير البرمجيات. من بين هذه الأساليب، تبرز منهجية Scrum كواحدة من الطرق البارزة، حيث تضع التركيز على إدارة المهام وتنظيم بيئة العمل لفريق التطوير.

Scrum هو إطار عمل لتطوير البرمجيات بشكل مرن وفعال. يعتمد Scrum على تقسيم عمل التطوير إلى فترات زمنية قصيرة تسمى "Sprints"، وكل Sprint يستمر عدة أسابيع. خلال كل Sprint، يعمل الفريق على تحديد وتنفيذ مجموعة من المهام، الأفراد في الفريق يجتمعون يوميا في اجتماع قصير يعرف بـ "Standup Daily" لتحديث بعضهم بعضا حول تقدم العمل وحل أي تحديات.

في نهاية كل Sprint، يتم استعراض العمل المنجز في اجتماع يسمى "Review Sprint"، ويعقبه اجتماع "Retrospective Sprint" لتقييم كيفية تحسين الأداء في المستقبل.

Scrum هو التركيز على التعاون والتحسين المستمر، مما يتيح للفريق التكيف مع تغيرات المتطلبات بشكل أفضل وتحقيق تسليم منتج ذو جودة عالية [18].



الشكل ٢-٣: منهجية الأجايل.

### ٣-٣ آلية العمل:

هي العملية أو السلسلة من الخطوات والإجراءات المنهجية التي يتم اتباعها لتحقيق أهداف المشروع، تعتبر آلية المشروع خطة تفصيلية تحدد كيفية تنظيم وتنفيذ المشروع من البداية إلى النهاية.

#### ٣-٣-١ آلية العمل الحالية:

##### الآلية العمل الحالية للزبون:

عندما يرغب العميل في شراء حاجة معينة إلكترونياً، يتوجه الى البحث في مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على ما يشبع حاجته، ويواجه الزبون الصعوبة في البحث وأيضا صعوبة التواصل مع التاجر وعندما يقرر الزبون الشراء يتوجب عليه ارسال سند الإيداع الى التاجر والبيانات الشخصية للزبون لكي تتم عملية الشراء.

##### الآلية العمل الحالية للتاجر:

يقوم التاجر بفتح متجر الكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي ويعرض ما يقدمه من منتجات وخدمات مما يصعب وصول العملاء للمتجر الخاص به ومواجهه مشاكل في إدارة المتجر والمخزون، ويجب على التاجر الرد على كل الزبائن مما يتعلق بالمنتجات والخدمات التي يقدمها.



### ٢-٣-٣ آلية العمل الجديدة (المقترحة):

جدول ١-٣: آلية العمل الجديدة (المقترحة).

العمليات	الكيانات	التفاصيل
تسجيل الدخول	اسم المستخدم	الاسم الذي انشئ به الحساب
	كلمة المرور	كلمة المرور التي وضعها
تسجيل الدخول		
حدد نوع تسجيل المطلوب	التسجيل كتاجر	التاجر الذي يريد فتح متجر في المنصة
	التسجيل كمستخدم (زبون)	عامه الناس
الانتقال الى صفحة انشاء الحساب حسب نوع التسجيل		
انشاء حساب كتاجر	اسم التاجر	اسمه في ملف التعريف
	البريد الالكتروني	عنوان البريد الالكتروني للإرسال رسالة الكود واستعادته الحساب في حال نسيانه
	رقم الجوال	رقم الجوال الذي ستصل اليه رسالة الكود
	كلمة المرور	ادخال كلمة المرور
	تأكيد كلمة المرور	تأكيد كلمة المرور المدخلة
الانتقال الى صفحة ادخال الكود		
ادخال الكود والتأكد من ادخال الكود بطريقة صحيحة		
تم التحقق بنجاح		
الانتقال الى صفحة معلومات المتجر		
	اسم المتجر	اسم المتجر الذي سيظهر للزبائن

معلومات المتجر	رابط المتجر	سيكون هو رابط المتجر الذي يمكن للعملاء الدخول عليه للطلب
	نوع الكيان	تحديد نوع كيان المتجر (فرد - مؤسسة - شركة)
	فئة التجارة	اختيار الفئة الأقرب لنشاطك
	إضافة الشعار	إضافة شعار المتجر
	وصف النشاط	وصف نشاط المتجر
	تفعيل وسائل الدفع الالكتروني	اخيار سبل الدفع الالكتروني لإتمام اشتراك بالباقات المدفوعة
	اخيار باقة المتجر	اختيار الباقات المتوفرة (المجانية - بلس - برو)
تم التفعيل بنجاح		
في حال أراد الزبون الشراء انشاء حساب المستخدم (الزبون)	اسم العميل	اسمه في ملف التعريف
	البريد الالكتروني	عنوان البريد الالكتروني لإرسال رسالة الكود واستعادته الحساب في حال نسيانه
	رقم الجوال	رقم الجوال الذي ستصل اليه رسالة الكود
	كلمة المرور	ادخال كلمة المرور
	تأكيد كلمة المرور	تأكيد كلمة المرور المدخلة
الانتقال الى صفحة ادخال الكود		
ادخال الكود والتأكد من ادخال الكود بطريقة صحيحة		
تم التحقق بنجاح		

التالي		
معلومات الزبون	موقع التسليم	عنوان الموقع لاستلام الطلب
	وسائل الدفع الالكتروني	اختيار وسيلة الدفع المناسبة
	كود الخصم	اضافة كود خصم إذا وجد
إتمام عملية الشراء		

### ٤-٣ متطلبات النظام:

الخصائص والوظائف التي يجب ان يمتلكها النظام ليعمل بشكل صحيح ويحقق الأهداف المحددة وينقسم الى:

#### ١-٤-٣ المتطلبات الوظيفية:

تحدد الوظائف والمميزات التي يجب ان يقدمها النظام مثل:

#### ١-١-٤-٣ المتطلبات الوظيفية للزبون:

١. انشاء حساب.
٢. تسجيل الدخول.
٣. تصفح المنتجات.
٤. إضافة المنتجات الى سلة التسوق.
٥. إدارة سلة التسوق.
٦. إضافة معلومات العميل.
٧. تأكيد عملية الشراء.
٨. تقديم تقييمات واءاء للمنتج
٩. تقييم للمتجر.

١٠. استفسارات.

١١. تسجيل الخروج.

### ٣-٤-١-٢ المتطلبات الوظيفية للتاجر:

١- إنشاء حساب.

٢- تسجيل الدخول.

٣- اختيار باقة.

٤- إدارة المنتجات.

٥- إدارة العروض والخصومات.

٦- اشعارات الطلبات.

٧- تسليم المنتجات لشركات الشحن.

٨- التواصل مع إدارة الموقع (الدعم الفني).

٩- التواصل مع العملاء (الرد على الاستفسارات).

١٠- إدارة المخزون.

١١- اصدار التقارير.

### ٣-٤-١-٣ المتطلبات الوظيفية لإدارة المنصة:

١- تسجيل الدخول.

٢- إدارة معلومات الزبون

٣- إدارة التسجيل

٤- الدعم الفني.

٥- تسجيل الخروج.

### ٣-٤-٢ المتطلبات غير الوظيفية:

هي المعايير لتقييم كيفية أداء النظام ويجب ان يكون للنظام سمات جودة معينة من اجل تلبية المتطلبات الغير وظيفية.

#### ١. قابلية الاستخدام (الاستخدامية):

توفير وسائل ادخال وإخراج بسيطة وسهولة الاستخدام من خلال تصميم واجهة مستخدم واضحة، ويساعد المستخدمين في التنقل عبر المتجر واجراء عمليات الشراء والدفع بسهولة.

#### ٢. الامن:

حماية البيانات الشخصية للمستخدمين وضمان عدم الوصول اليها من قبل جهات غير مصرح بها، وذلك من خلال استخدام تقنيات التشفير والممارسات الأمنية.

#### ٣. الأداء:

سرعة استجابة الموقع وكفاءة تحميل الصفحات، ليسهل العملية على المستخدمين من خلال تصفحه بالمتجر واجراء عمليات الشراء، وذلك يعزز من تجربته والتقليل من الاخطاء.

#### ٤. الامتدادية:

من خلال إمكانية إضافة منتجات وخدمات جديدة او من خلال تعديلها.

#### ٥. الاتاحة:

ان يكون الموقع متاح على مدار الساعة، لتنفيذ العمليات المطلوبة واجراء النسخ الاحتياطي.

## ٦. السرعة:

قدرة الموقع على الاستجابة وتنفيذ المهام بسرعة وفعالية

## ٧. الموثوقية:

قدرة الموقع على العمل بشكل مستمر دون انقطاع، لضمان عدم فقدان البيانات او حدوث أخطاء تؤثر على تجربة المستخدم.

## ٨. التكامل:

قدرة الموقع على التفاعل مع أنظمة أخرى او خدمات أخرى، مثل بوابات الدفع او أنظمة الشحن ليسهل العمليات التجارية.

## ٩. الدعم الفني:

توفير مساعدة فنية للمستخدمين في حال واجهتهم مشكلات، من خلال قنوات مثل البريد الالكتروني او الدردشة وغيرها.

## ١٠. الصيانة:

الأنشطة اللازمة للحفاظ على الموقع في حالة جيدة، ويشمل تحديثات البرمجيات وإصلاح الأخطاء.

### ٣-٥ مرحلة التحليل (Analysis Stage):

تحليل النظام: هي عملية فحص ودراسة لكافة أجزاء النظام، وكيفية أدائها لعملها، ويشمل:

مفهوم النظام في هذا السياق الافراد والأجهزة والعناصر التي تشكل بمجموعها النظام، ويكون لها دور فعال في إنجاز الهدف المنشود لوظيفة محددة، كما يمكننا تعريف تحليل النظم بأنه دراسة متعمقة في صلب نظام قائم وتفصيله للوصول إلى ما يعانيه من مشاكل ونقاط ضعف، ليصل بعد ذلك إلى حلها، أو بناء نظام أفضل منه وتطويره، ويتم ذلك كله من خلال اتباع محلل النظم لسلسلة من الخطوات والإجراءات التي تطلب تصميم نظام محوسب وبنائه على أكمل وجه.

#### ٣-٥-١ تحليل متطلبات العمل:

تبدأ مرحلة تحليل المتطلبات وهي عملية انتاج وصف مفصل للنظام كاملاً وواضحاً وذو معلومات ثابتة، وتحليل المتطلبات تبدأ أولاً بجمع البيانات اللازمة والدقيقة عن النظام الحالي لفهمه.

ومن اهم الممارسات العملية التي تم استخدامها في جمع البيانات ما يلي:

١- وثيقة مخطط حالة المستخدم (Use Case).

٢- وثيقة مخطط علاقات الكيانات (ERD).

٣- وثيقة مخطط تدفق البيانات (DFD).

٤- وثيقة مخطط الفئة (Class Diagram).

## ٦-٣ أدوات الدراسة:

### ٦-٣-١ بيئة قواعد البيانات المستخدمة (Database Environment Used):

تم استخدام SQL SERVER يتضمن أدوات متقدمة رسومية ومميزات قوية لإعداد التقارير وعمليات البحث المتقدمة توفر هذه النسخة أدوات قوية وموثوق بها وإدارة وحماية للبيانات بالإضافة الى سرعة الأداء.

### ٦-٣-٢ برنامج لرسم المخططات:

تم استخدام draw.io هي أداة مجانية على الانترنت تسد فجوة تتعلق بالبرامج الفنية وفي بعض الأحيان لن تحتاج الى مجموعة واسعة من المميزات. ستحتاج فقط الى رسم تخطيطي بأسرع وقت ممكن. وهكذا مع هذه الأداة ستتمكن من القيام بذلك.

### ٦-٣-٣ برنامج تحرير وكتابة النصوص (Editing and Writing Texts) .

تم استخدام برنامج Word Microsoft في كتابة مستند المشروع وهو عبارة عن برنامج ضمن حزمة Office الصادر من شركة مايكروسوفت كأحد برامج النشر المكتبي.

### ٦-٣-٤ برنامج تصميم النماذج الأولية (Design Prototype)

تم استخدام تطبيق Figma وهو تطبيق يستخدم في تصميم واجهات المستخدم UI&UX وغيرها. وهو محرر رسومات متجه واداة للنماذج الأولية تعتمد بشكل أساسي على الويب، مع ميزات إضافية غير متصلة بالإنترنت تم تمكينها بواسطة تطبيقات سطح المكتب لنظامي التشغيل ماك او اس ومايكروسوفت ويندوز.



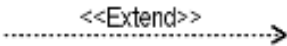
### ٣-٦-٥ لغة البرمجة المستخدمة:

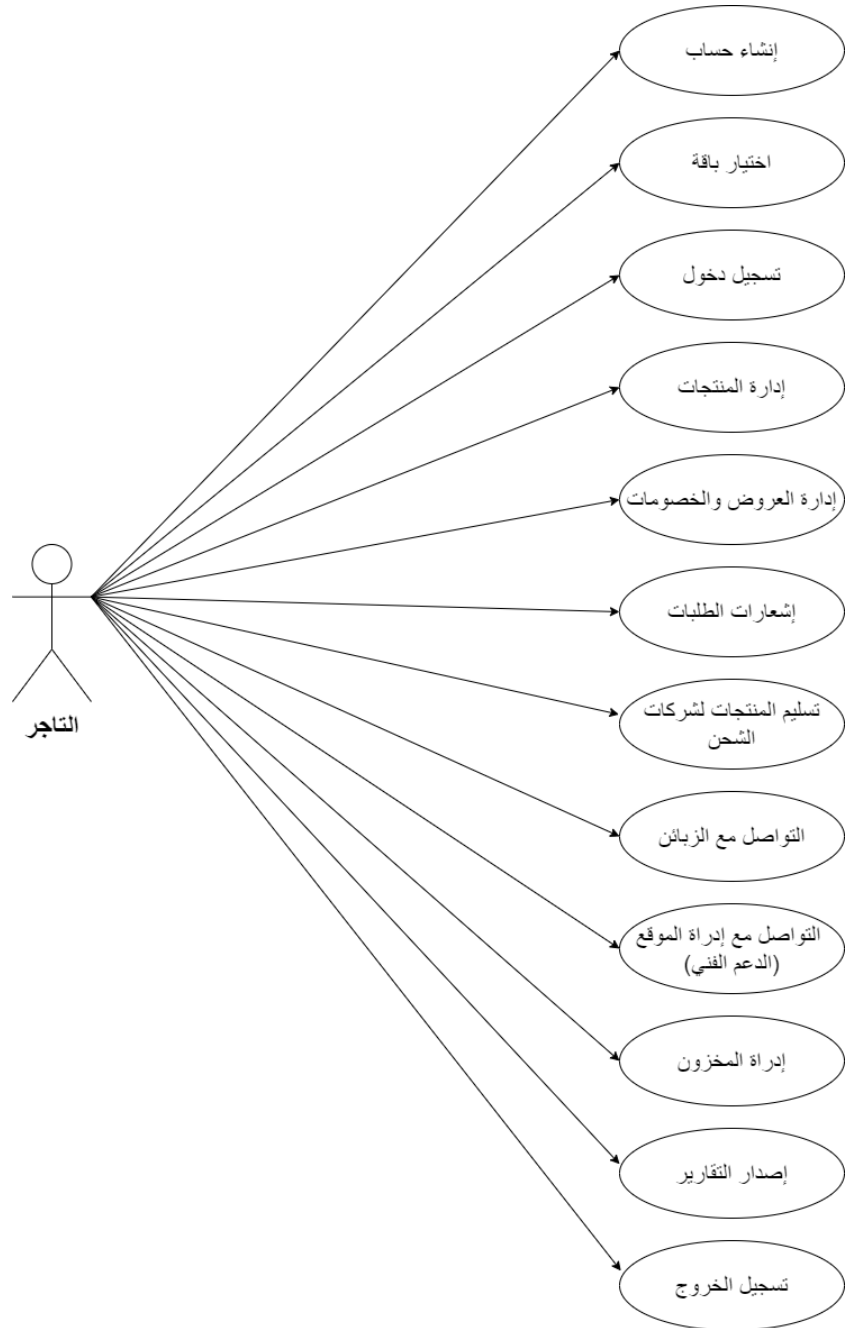
PHP هي لغة برمجية مفتوحة المصدر، ولغة برمجية نصية تستخدم بشكل أساسي لتطوير تطبيقات الويب ، وتعتبر من اللغات الجانبية للخادم مما يعني ان التعليمات البرمجية تنفذ على الخادم ، ويتم ارسال النتائج الى المتصفح، وHTML&CSS هما لغتان ترميزيتنا يستخدم لإنشاء صفحات الويب و أسلوب تستخدم لتصميم و تنسق و تحسين مظهر صفحات الويب وتحديد كيفية عرض المحتوى على المتصفح.

### ٧-٣ مخطط حالة الاستخدام (Use Case Diagram):

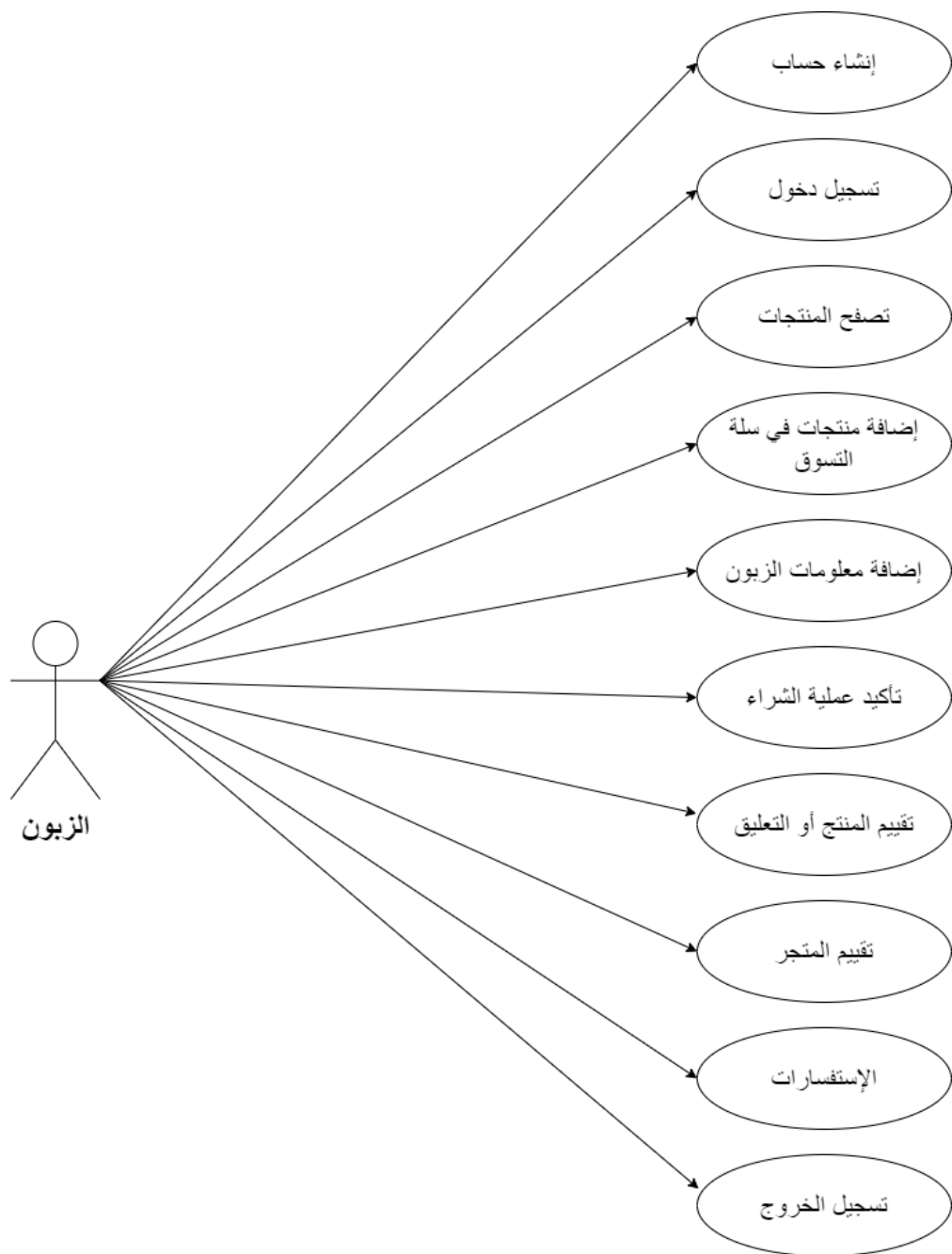
يعتبر مخطط حالة الاستخدام أحد أهم المخططات التي تقوم بوصف وشرح الوظائف الرئيسية للنظام بصورة مختصرة ومبسطة، والجدول التالي يوضح الرموز والأشكال المستخدمة في هذا المخطط [19].

جدول ٣-٢: رموز مخطط حالة الاستخدام.

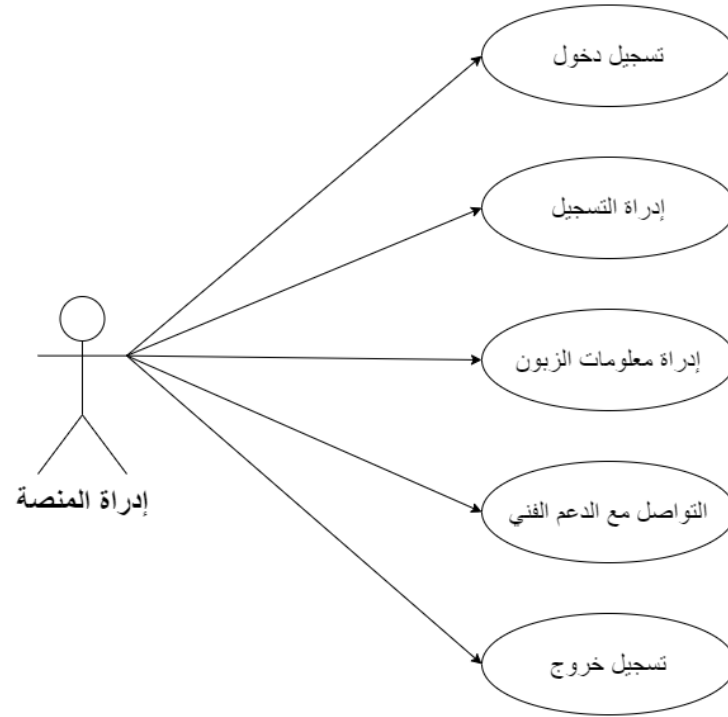
الرمز	التوضيح
	عبارة عن كيان يؤدي دور في نظام معين.
	تمثل حالة الاستخدام وظيفه أو إجراء داخل النظام.
	مخطط حالة يستخدم النظام لتحديد نطاق رسم الاستخدام ويتم رسمه على شكل مستطيل وهذا العنصر اختياري ولكنه مفيد عند رسم أنظمة كبيرة.
	الحزمة هي عنصر اختياري مفيد للغاية في المخططات المعقدة تستخدم لتجميع حالات الاستخدام معا.
	عملية تابعة أو ممتدة من عملية أخرى غالبا تكون اختيارية.
	عملية وبداخلها عملية أخرى وغالبا تكون إجبارية.
	تمثل العلاقة بين حالات الاستخدام والمستخدم.



الشكل ٣-٣: مخطط حالة الاستخدام، يتبع



الشكل ٣-٣: مخطط حالة الاستخدام، يتبع



الشكل ٣-٣: مخطط حاله الاستخدام، يتبع

### ٨-٣ توصيف حالة الاستخدام:

جدول ٣-٣: انشاء حساب.

حالة المستخدم	انشاء حساب
المستخدمين	التاجر، الزبون
الوصف	يتيح للتاجر إدارة المنتجات من تعديل وازضافة ،حذف
السيناريو الرئيسي	<p>١ - يقوم التاجر والزبون بإدخال اسم المستخدم.</p> <p>٢ - يقوم التاجر والزبون بإدخال رقم الهاتف .</p> <p>٣ - يقوم التاجر والزبون بإدخال البريد الالكتروني .</p> <p>٤ - يقوم التاجر والزبون بإدخال كلمة المرور.</p> <p>٥ - يقوم التاجر والزبون بإدخال بيانات أخرى لتأكيد هويته .</p> <p>٦ - يقوم النظام بتأكيد انشاء الحساب .</p>
الاستثناءات	<p>١ - اذا كانت كلمة المرور ضعيفة ، تظهر رسالة تنبيهة تطلب استخدام كلمة مرور أخرى.</p> <p>٢ - عند ترك أي حقل أساسي، تظهر رسالة تنبيه تطلب من المستخدم ملئ الحقل.</p> <p>٣ - اذا كان البريد الالكتروني مستخدما من قبل تظهر رسالة تنبيه تطلب من المستخدم استخدام بريد اخر.</p>

جدول ٣-٤: تسجيل الدخول.

حالة المستخدم	تسجيل الدخول
الوصف	يمكن الزبون او التاجر من تسجيل الدخول الى حسابة الموجود.
المستخدمين	التاجر الزبون، إدارة المنصة.
السيناريو الرئيسي	١ - يقوم التاجر والزبون وإدارة المنصة بإدخال البريد الإلكتروني. ٢ - يقوم التاجر والزبون وإدارة المنصة بإدخال كلمة المرور. ٣ - يقوم التاجر والزبون وإدارة المنصة بضغط على زر تسجيل الدخول.
الاستثناءات	١ - عند ادخال بريد الكتروني خاطئ تظهر رسالة تنبيه بذلك. ٢ - عند ادخال كلمة مرور خاطئة تظهر رسالة تنبيه بذلك.

جدول ٣-٥: اختيار الباقة.

حالة المستخدم	اختيار الباقة
الوصف	تقوم إدارة المنصة بعرض أنواع الباقات ويقوم التاجر باختيار الباقة المناسبة له.
المستخدمين	التاجر
السيناريو الرئيسي	١ - يقوم التاجر بتصفح الباقات المتاحة. ٢ - يقوم التاجر باختيار الباقة المناسبة ومراجعة تفاصيلها. ٣ - يقوم التاجر بالضغط على زر "الاختيار" ٤ - بعد تلقي التاجر رسالة بتأكيد اختيار الباقة يتم توجيهها لأستكمال عملية الدفع .
الاستثناءات	لايوجد.

جدول ٣-٦: إدارة المنتجات.

	حالة المستخدم
التاجر	المستخدمين
يتيح للتاجر إدارة المنتجات من تعديل وإضافة ،حذف	الوصف
<p>عند القيام بإضافة منتج يتيح الخطوات التاليه :</p> <p>١ - يدخل التاجر على قسم إدارة المنتجات .</p> <p>٢ - يختار لإضافة المنتجات .</p> <p>٣ - يدخل تفاصيل المنتج ( الاسم، الصورة، الوصف ، السعر )</p> <p>عند القيام بتعديل منتج:</p> <p>١ - يدخل التاجر على قسم إدارة المنتجات</p> <p>٢ - يختار منتج موجود لتعديل .</p> <p>٣ - يقوم بتعديل المنتج ومن ثم يضغط على زر تحديث .</p> <p>عند القيام بحذف المنتج :</p> <p>١ - يدخل على قسم إدارة المنتجات .</p> <p>٢ - يختار المنتج الذي يريد حذفه .</p> <p>٣ - يؤكد عملية الحذف .</p>	السيناريو الرئيسي
لايوجد.	الاستثناءات



جدول ٣-٧: إدارة العروض والخصومات.

إدارة العروض و الخصومات	حالة المستخدم
يقوم التاجر بإنشاء وإدارة العروض الترويجية والخصومات.	الوصف
التاجر	المستخدمين
<p>عند إضافة عرض:</p> <p>١ - يدخل التاجر الى قسم إدارة العروض.</p> <p>٢ - يختار "إضافة عرض"</p> <p>٣ - يدخل تفاصيل العرض (الاسم، النسبة المئوية للخصم، تاريخ البدء والانهاء)</p> <p>٤ - يضغط على حفظ ويتلقى تأكيد على إضافة العرض</p> <p>عند تعديل العرض:</p> <p>١ - يدخل على خصم إدارة العروض.</p> <p>٢ - يختار تعديل عرض مسبق</p> <p>٣ - يقوم بإجراء التعديلات المطلوبة.</p> <p>٤ - يضغط على "تحديث" ومن ثم يتلقى تأكيد على التحديث.</p> <p>عند حذف العرض:</p> <p>١ - يدخل على قسم إدارة العروض.</p> <p>٢ - يختار حذف عرض.</p> <p>٣ - يؤكد عملية الحذف.</p>	السيناريو الرئيسي
<p>١ - إذا كان العرض موجود بالفعل عند الاضافة، تظهر رسالة تفيد بذلك.</p> <p>٢ - إذا واجهة العملية أي خطأ تظهر رسالة "خطأ"</p>	الاستثناءات

جدول ٣-٨: اشعار الطلبات.

حالة المستخدم	اشعار الطلبات
الوصف	يتيح للتاجر استلام اشعارات حول حالة الطلبات.
المستخدمين	التاجر.
السيناريو الرئيسي	<p>١ - يدخل التاجر الى قسم الطلبات لمراجعة التفاصيل .</p> <p>٢ - يتلقى التاجر اشعارا عند استلام طلب جديد.</p> <p>٣ - يتلقى التاجر عند تغير حالة الطلب مثل " قيد المعالجة، تم الشحن"</p> <p>٤ - يتلقى التاجر عند الغاء الطلب.</p>
الاستثناءات	لا يوجد.

جدول ٣-٩: تسليم المنتجات لشركات الشحن.

حالة المستخدم	تسليم المنتجات لشركات الشحن
الوصف	يتيح للتاجر وشركات الشحن تنظيم عملية تسليم وتلقي المنتجات .
المستخدمين	التاجر، شركات الشحن.
السيناريو الرئيسي	<p>١ - يقوم التاجر باختيار الطلبات المراد تسليمها .</p> <p>٢ - يحدد شركة الشحن المطلوبة .</p> <p>٣ - يضغط على " تنظيم التسليم " ومن ثم يتلقى تأكيدا على تنظيم التسليم.</p> <p>٤ - تتلقى شركة الشحن اشعارا بالتسليم مع تفاصيل الشحن.</p> <p>٥ - تتأكد شركة الشحن من تسليم المنتجات للزبون.</p>
الاستثناءات	<p>١ - اذا كانت هناك خطأ في تفاصيل الشحن تظهر رسالة تنبيه .</p> <p>٢ - اذا لم يتم استلام المنتجات من قبل شركة الشحن تظهر رسالة تحذير للتاجر.</p>

جدول ٣-١٠: التواصل مع الزبائن.

حالة المستخدم	التواصل مع الزبائن
الوصف	يسمح للتاجر من التواصل مع الزبائن للرد على استفساراتهم وحل مشكلاتهم.
المستخدمين	التاجر.
السيناريو الرئيسي	١- يقوم التاجر بقراءة الاستفسارات او المشكلة المطروحة. ٢- يكتب ردا مناسباً ويرسله للزبون.
الاستثناءات	لا يوجد.

جدول ٣-١١: التواصل مع إدارة المنصة.

حالة المستخدم	التواصل مع إدارة المنصة
الوصف	يسمح للتاجر التواصل مع الإدارة للحصول على الدعم الفني .
المستخدمين	التاجر، إدارة المنصة .
السيناريو الرئيسي	١- يدخل التاجر الى قسم الدعم الفني . ٢- يختار نوع المشكلة ويكتب وصفا مفصلا لها . ٣- يرسل الطلب الى إدارة الدعم الفني. ٤- يتلقى التاجر اشعاراً عند رد الإدارة عليه.
الاستثناءات	اذا كانت المشكلتك تطلب مزيداً من التفاصيل، تظهر رسالة تنبيه.

جدول ٣-١٢: إدارة المخزون.

حالة المستخدم	إدارة المخزون
الوصف	يمكن التاجر من متابعة وإدارة المخزون الخاصة بالمنتجات.
المستخدمين	التاجر.
السيناريو الرئيسي	<p>١- يدخل التاجر الى اارة المخزون.</p> <p>٢- يضيف منتجا جديدا للمخزون.</p> <p>٣- يجدد مستوى إعادة الطلب للمنتجات.</p> <p>٤- يتلقى اشعارات عند انخفاض المخزون.</p>
الاستثناءات	اذا كان هناك خطأ في تحديد المخزون ،يتلقى التاجر اشعارا بذلك.

جدول ٣-١٣: إصدار التقارير.

حالة المستخدم	اصدار التقارير
الوصف	يسمح للتاجر من اصدار تقارير حول المبيعات والمخزون.
المستخدمين	التاجر.
السيناريو الرئيسي	<p>١- يقوم التاجر باختيار نوع التقرير الذي يريد إصداره " تقارير مبيعات، تقارير مخزون".</p> <p>٢- يحدد نطاق التاريخ للتقرير.</p> <p>٣- ينقر على انشاء تقرير ومن ثم يستعرض التقرير الناتج.</p> <p>٤- يمكنه تنزيل التقرير بتنسيق PDE, Excel .</p>
الاستثناءات	اذا فشل انشاء تقرير ،يتلقى التاجر اشعارا بذلك.

جدول ٣-١٤: تسجيل الخروج.

حالة المستخدم	تسجيل الخروج
الوصف	يتيح القيام بتسجيل الخروج من المنصة .
المستخدمين	التاجر، الزبون، إدارة المنصة.
السيناريو الرئيسي	١ - يقوم التاجر والزبون وإدارة المنصة بالضغط على زر تسجيل الخروج. ٢ - تظهر رسالة للتأكيد.
الاستثناءات	لا يوجد.

جدول ٣-١٥: إدارة معلومات الزبائن.

حالة المستخدم	إدارة معلومات الزبون
الوصف	تتيح لإدارة المنصة وشركات الشحن بجمع وتخزين وتحليل واستخدام بيانات الزبون وتنظيمها.
المستخدمين	شركات الشحن، إدارة المنصة
السيناريو الرئيسي	١ - تقوم بجمع بيانات الزبون. ٢ - تقوم بتخزين بيانات الزبون. ٣ - تقوم بتحديث بيانات الزبون. ٤ - تقوم باستخدام لبيانات الزبون وتنظيمها. ٥ - تقوم بحماية بيانات الزبون.
الاستثناءات	ظهور اشعار في حال ادخال بيانات خاطئة

جدول ٣-١٦: تصفح المنتجات.

حالة الاستخدام	تصفح المنتجات
الوصف	يسمح للزبون باستعراض المنتجات المتاحة في المتجر للقيام بعملية الشراء إذا رغب في ذلك.
المستخدمين	الزبون
السيناريو الرئيسي	<p>١- يدخل الزبون الى واجهة المتجر.</p> <p>٢- يختار قسم المنتجات.</p> <p>٣- يستعرض المنتجات حسب الفئات أو العروض.</p> <p>٤- يمكنه استخدام خاصية البحث للعثور على المنتج المطلوب بسرعة.</p> <p>٥- ينقر على المنتج لمشاهدة تفاصيله (وصف - صورة - سعر - تقييمات).</p> <p>٦- يمكنه إضافة المنتج الذي يرغب فيه الى سلة التسوق.</p>
الاستثناءات	عند البحث على منتج غير متوفر تظهر رسالة تنبيه للزبون بعدم وجود هذا المنتج.

جدول ٣-١٧: إضافة المنتجات إلى سلة التسوق.

حالة الاستخدام	إضافة المنتجات الى سلة التسوق
الوصف	يتيح للزبون إضافة المنتج الذي يرغب بشرائه الى سلة التسوق.
المستخدمين	الزبون
السيناريو الرئيسي	١ - يقوم الزبون بتصفح المنتجات. ٢ - ينقر على المنتج المطلوب ومن ثم ينقر على إضافة سلة التسوق. ٣ - يتلقى رسالة تأكيد بالإضافة.
الاستثناءات	إذا كانت الكمية المطلوبة غير متوفرة تظهر رسالة تنبيه للزبون.

جدول ٣-١٨: الاستفسارات.

حالة الاستخدام	الاستفسارات
الوصف	يمكن للزبون طرح استفسارا او مشكلة ليقوم التاجر بالرد عليه
المستخدمين	الزبون
السيناريو الرئيسي	١ - يدخل الزبون الى قسم الاستفسارات. ٢ - يملئ نموذج الاستفسار. ٣ - ينقر على ارسال.
الاستثناءات	لا يوجد.



جدول ٣-١٩: إضافة معلومات الزبون.

حالة الاستخدام	إضافة معلومات الزبون
الوصف	يقوم الزبون بإضافة وتحديث معلوماته الشخصية.
المستخدمين	الزبون
السيناريو الرئيسي	<p>١. يدخل الزبون الى صفحته الرئيسية.</p> <p>٢. يختار تحديث المعلومات الشخصية.</p> <p>٣. يقوم بمليء الحقول التالية:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- إضافة معلومات شخصية.</li> <li>- إضافة عنوان الشحن.</li> <li>- إختيار شركة الشحن.</li> <li>- إختيار وسيلة الدفع.</li> </ul> <p>٤. ينقر على حفظ التغيرات ومن ثم يتلقى رسالة تنبيه للزبون الحفظ.</p>
الاستثناءات	إذا كانت الحقول المطلوبة فارغة تظهر رسالة تنبيه للزبون باستكمال عملية ادخال المعلومات.

جدول ٣-٢٠: تأكيد عملية الشراء.

حالة الاستخدام	تأكيد عملية الشراء
الوصف	يقوم الزبون بتأكيد عملية الشراء من خلال إتمام الدفع.
المستخدمين	الزبون
السيناريو الرئيسي	<p>١ - يدخل الزبون الى سلة التسوق.</p> <p>٢ - ينقر على إتمام عملية الشراء.</p> <p>٣ - يملا معلومات الشحن والدفع.</p> <p>٤ - يتلقى تأكيذا بالدفع.</p>
الاستثناءات	لا يوجد.

جدول ٣-٢١: تقييم المتجر.

حالة الاستخدام	تقييم المتجر
الوصف	يمكن للزبون طرح بتقديم تقييمات للمتجر.
المستخدمين	الزبون
السيناريو الرئيسي	<p>١ - يدخل الزبون الى صفحة المتجر.</p> <p>٢ - يختار عدد النجوم ويكتب تعليقا.</p> <p>٣ - ينقر على نشر.</p>
الاستثناءات	لا يوجد.

جدول ٣-٢٢: تقييم المنتج.

تقييم المنتج	حالة الاستخدام
يمكن للزبون طرح بتقديم تقييمات للمنتج.	الوصف
الزبون	المستخدمين
١ - يدخل الزبون الى صفحة المنتج. ٢ - يختار عدد النجوم ويكتب تعليقاً. ٣ - ينقر على نشر.	السيناريو الرئيسي
لا يوجد.	الاستثناءات

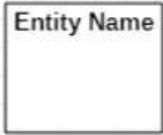
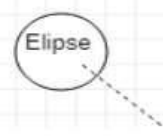



جدول ٣-٢٣: إدارة التسجيل.

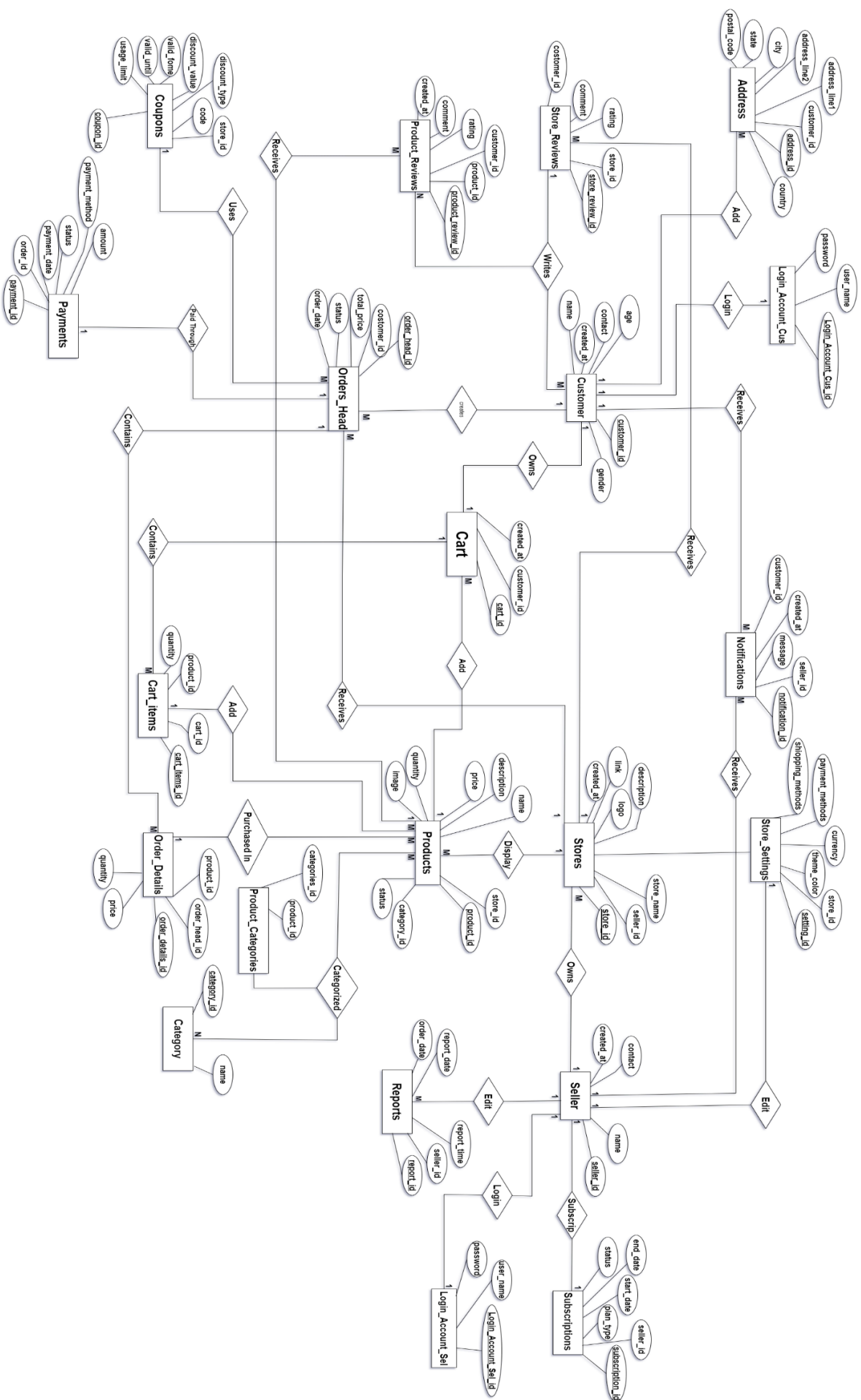
إدارة التسجيل	حالة الاستخدام
يسمح لإدارة المنصة بإدارة حسابات المستخدمين سواء كان تاجر او زبون	الوصف
إدارة المنصة.	المستخدمين
١ - يدخل المدير الى قسم إدارة التسجيل. ٢ - يمكنه متابعة حسابات التاجر او الزبون. ٣ - يمكنه أيضا حذف بعض الحسابات.	السيناريو الرئيسي
لا يوجد.	الاستثناءات

### ٩-٣ مخطط الكيانات والعلاقات (Entity Relationship Diagram):

مخطط علاقات الكيانات ERD هي طريقة لتمثيل البيانات المخزنة على قواعد البيانات والعلاقات بين الجداول وهذه العملية تسهل على المستخدمين فهم البيانات المخزنة على قواعد البيانات وسهولة تعديل البيانات على قواعد البيانات والتقليل من نسبة الخطأ والتكرار [20].

جدول ٣-٢٤: رموز مخطط العلاقات والكيانات.

الرمز	التوضيح
	أي كيان يتم حفظ بياناته في قاعدة البيانات
	تمثل مسميات الأعمدة في كل جدول بقاعدة البيانات
	العلاقة ONE TO ONE بين الكيانات
	العلاقة ONE TO MANY بين الكيانات
	العلاقة MANY TO MANY بين الكيانات



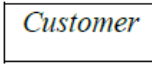
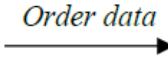

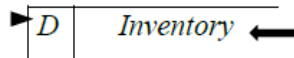
الشكل ٣-٤: مخطط علاقات الكيانات

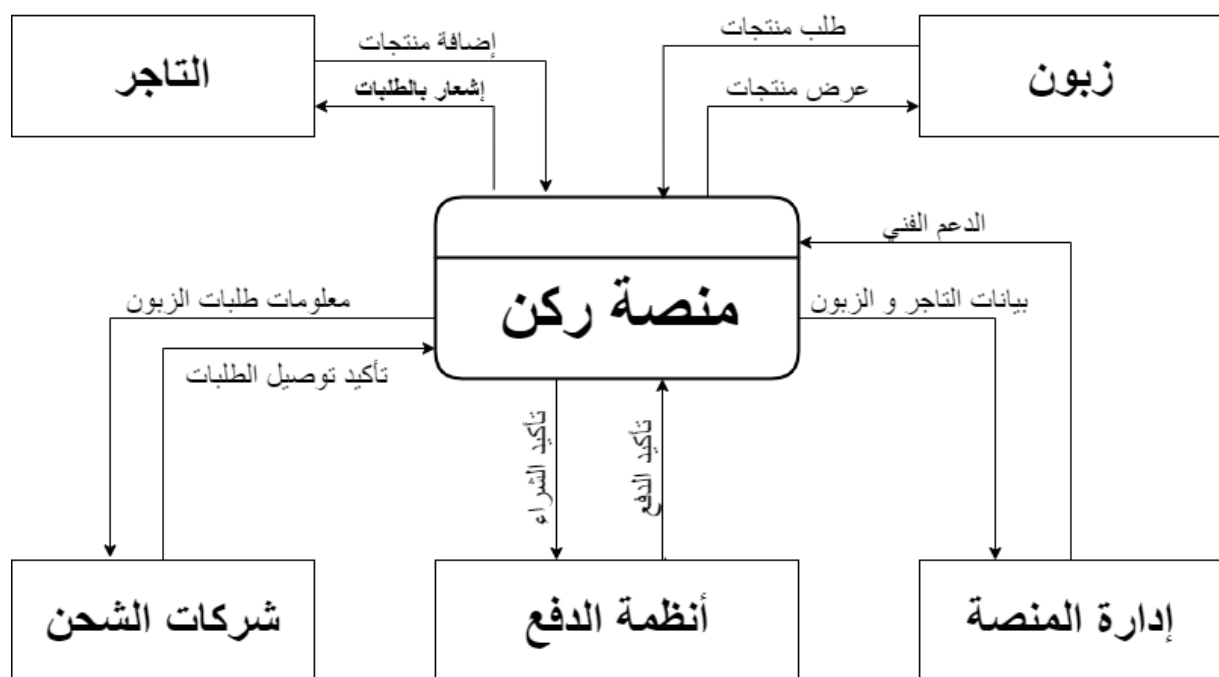
### ٣-١٠ مخطط تدفق البيانات (Data Flow Diagram):

تستخدم مخططات تدفق البيانات DFD لتمثيل تدفق البيانات بياناً في نظام معلومات الأعمال، ويصف مخطط تدفق البيانات العمليات المتضمنة في نظام لنقل البيانات من الإدخال إلى تخزين الملفات وإنشاء التقارير، ويمكن تقسيم مخططات تدفق البيانات إلى منطقية ومادية، حيث يصف مخطط تدفق البيانات المنطقي تدفق البيانات من خلال نظام لأداء وظائف معينة من الأعمال وتصف مخطط تدفق البيانات المادية تنفيذ تدفق البيانات المنطقي [21].

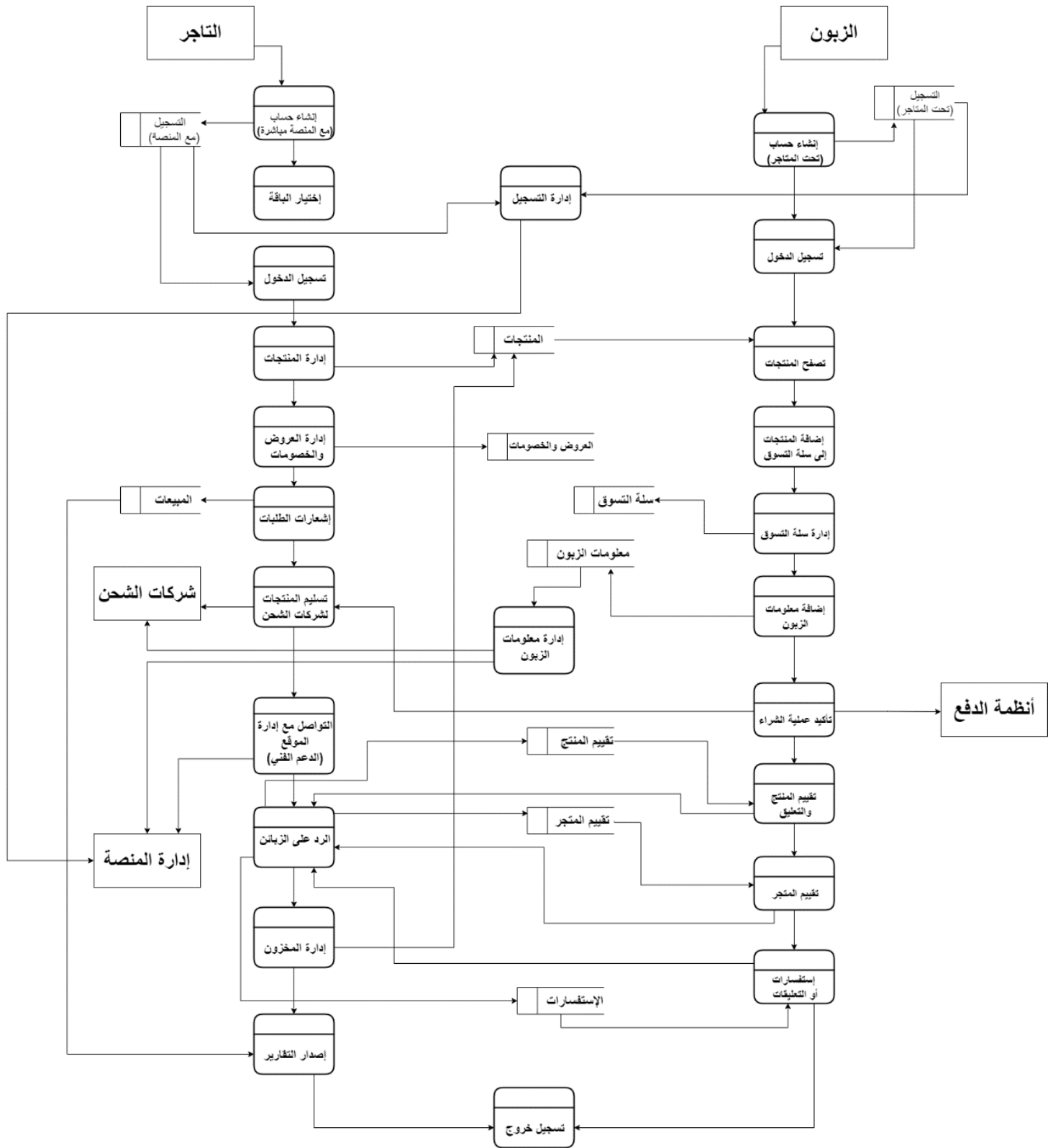
مخطط تدفق البيانات يمثل بياناً الوظائف أو العمليات التي تلتقط البيانات وتعالجها وتخزنها وتوزعها بين النظام وبيئته وبين مكونات النظام، التمثيل المرئي يجعلها أداة اتصال جيدة بين المستخدم ومصمم النظام، يسمح هيكل مخطط تدفق البيانات بالبدء من نظرة عامة واسعة وتوسيعه إلى تسلسل هرمي من المخططات التفصيلية أي يمكن وصف مخطط تدفق البيانات بأنه الرسم الذي يوضح حركة البيانات بين الكيانات الخارجية والعمليات ومخازن البيانات داخل النظام.

جدول ٣-٢٥: رموز مخطط تدفق البيانات.

الرمز	التوضيح
	شخص أو قسم أو مؤسسة خارجية أو أنظمة معلومات أخرى توفر بيانات للنظام أو تتلقى مخرجات من النظام، الكيانات الخارجية هي مكونات خارج حدود أنظمة المعلومات، أنها تمثل كيفية تفاعل نظام المعلومات مع العالم الخارجي
	تدفق البيانات هو مسار تنقل فيه البيانات من جزء النظام المعلومات إلى آخر، قد يمثل تدفق البيانات عنصر بيانات واحداً
	تستقبل العملية بيانات الإدخال وتنتج مخرجات بمحتوى أو نموذج مختلف، وكل عملية لها اسم يحدد الوظيفة التي تؤديها
	يتم استخدام مخزن البيانات أو مستودع البيانات في مخطط تدفق البيانات، لتمثيل الحالة التي يجب فيها على النظام أن يحتفظ بالبيانات



الشكل ٣-٥: مخطط تدفق البيانات مستوى Context



الشكل ٦-٣: مخطط تدفق البيانات مستوى Level 0





### ٣-١١ مخطط الفئة (Class Diagram):

هو عبارة عن مخطط يصف الأنظمة من خلال توضيح السمات والعمليات والعلاقات بين الكلاسات ويعد في لغة النمذجة الموحدة نوعا من انواع مخططات الهيكل الثابت والذي يصف بنية النظام من خلال إظهار فئات النظام وخصائصها وعملياتها والعلاقات بين الكائنات ويعمل وفقا للمبادئ الموجهة نحو الكائن، حيث يصف هذا التوجه كيفية تفاعل الكائنات مع بعضها البعض وهو مخطط الـ UML الأكثر شيوعا في مجتمع المبرمجين [22].



الشكل ٨-٣: مخطط الفئه.

## ٣-١٢ قاموس البيانات (Data Dictionary):

هي عبارة عن شرح تفصيلي لكل حقول جداول قواعد البيانات العلائقية من وصف للحقل وتحديد نوع بياناته وتحديد للحالة التي يكون عليها الحقل (فارغ، غير فارغ) وأيضا تحديد الحقل إذا كان مفتاح رئيسي أو ثانوي أو غير ذلك [23].

### جدول ٣-٢٦: قاموس البيانات (Data Dictionary).

جدول الزبون Customer				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Customer_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالزبون
	Name	nvarchar(50)	Not Null	يصف اسم الزبون
	Age	INT	Not Null	يصف عمر الزبون
	Phone number	INT	Not Null	يصف رقم جوال الزبون
	Email	varchar(50)	Not Null	يصف البريد الإلكتروني للزبون
	Address	nvarchar(100)	Not Null	يصف عنوان الزبون
	Gender	nvarchar(50)	Not Null	يصف جنس الزبون
	Created_at	date	Not Null	يصف متى تم إنشاء حساب الزبون
جدول تسجيل الدخول للزبون Login Account Customer				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Login_Account_Cus_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بعملية تسجيل الدخول للزبون
FK	Customer_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالزبون الذي سيسجل الدخول
	User_name	varchar(50)	Not Null	يصف اسم المستخدم للزبون
	Password	varchar(50)		يصف كلمة المرور للزبون
جدول سلة المشتريات Cart				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Cart_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالسلة
FK	Customer_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالزبون الذي يستخدم السلة
	Created_at	DATE	Not Null	يصف متى تم إنشاء السلة
جدول عناصر سلة المشتريات Cart Items				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Cart_Items_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بعناصر سلة المشتريات
FK	Cart_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بسلة المشتريات المستخدمة
FK	Product_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالمنتجات الموضوعة في السلة
	Quantity	INT	Not Null	يصف الكمية الموضوعة في السلة
جدول المنتجات Products				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Product_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالمنتج
FK	Store_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالمتجر الذي يتم عرض المنتج فيه
FK	Category_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالتصنيف للمنتج
	Name	nvarchar(50)	Not Null	يصف اسم المنتج
	Description	nvarchar(200)	Not Null	يصف وصف المنتج
	Price	INT	Not Null	يصف سعر المنتج
	Quantity	INT	Not Null	يصف كمية المنتج
	Image	image	Not Null	يصف صورة المنتج
	status	nvarchar(50)	Not Null	يصف حالة المنتج

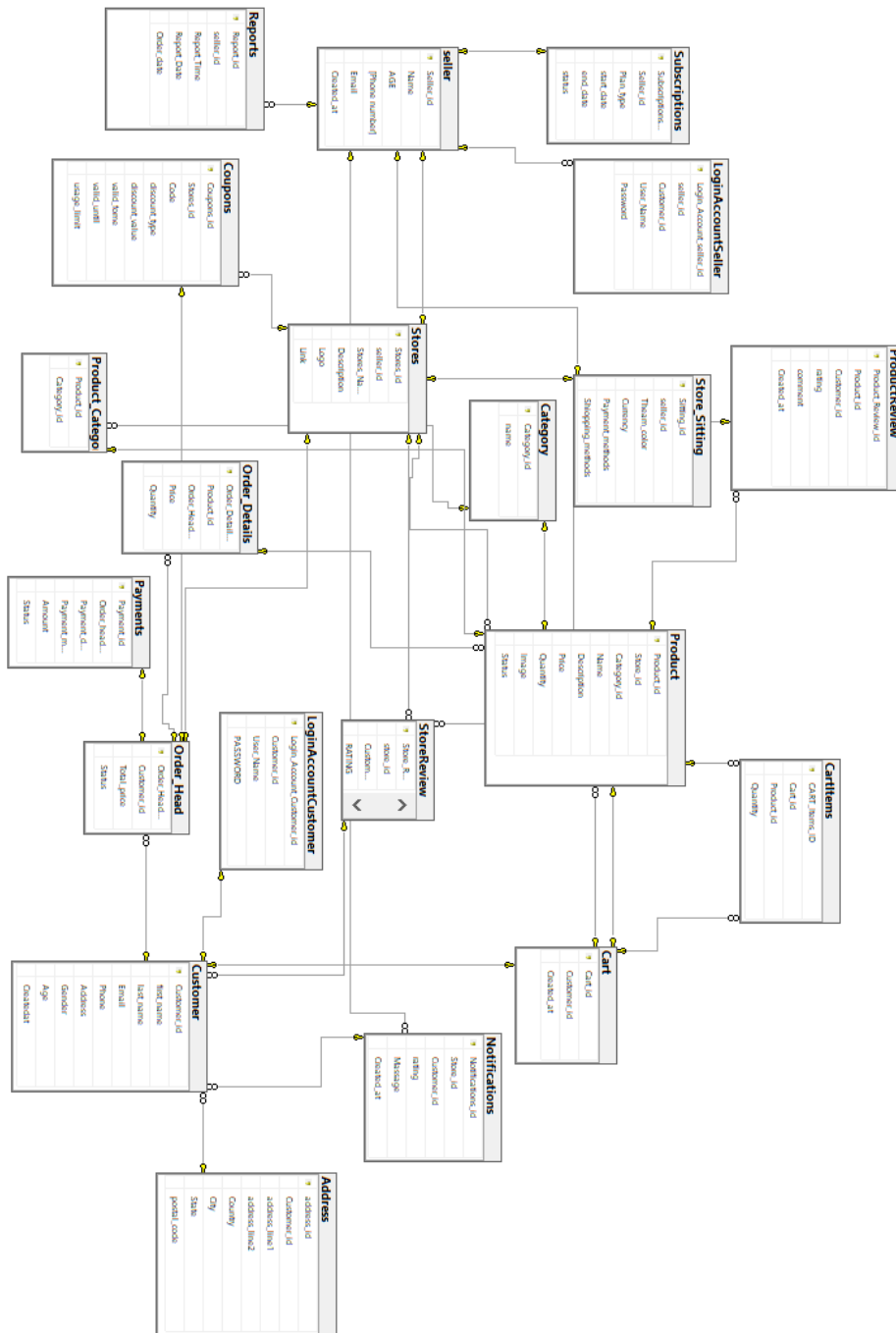
جدول التصنيف Category				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Category_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالتصنيف
	Name	nvarchar(50)	Not Null	يصف اسم التصنيف
Ptducts_Categories جدول التصنيف والمنتجات				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
FK	Product_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالمنتج
FK	Category_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالتصنيف للمنتج
Order_Head جدول الفاتورة				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	order_Head_id	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف المعرف الخاص بالفاتورة
FK	Costomer_id	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف المعرف الخاص بالزبون الذي تلقى الفاتورة
	total_price	INT	Not Null	يصف اجمالي سعر الفاتورة
	status	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف حالة الفاتورة
Order_Details جدول تفاصيل الفاتورة				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Order_Details_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بتفاصيل الطلب
FK	product_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالمنتج
FK	order_Head_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بفاتورة الطلب
	Price	INT	Not Null	يصف السعر
	Quantity	INT	Not Null	يصف الكمية
Payments جدول المدفوعات				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Payment_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بعملية الدفع
FK	Order_Head_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بقائمة الطلب
	Payment_date	date	Not Null	يصف تاريخ عملية الدفع
	Payment_method	nvarcahr(100)	Not Null	يصف طريقة الدفع
	amount	INT	Not Null	يصف المبلغ المطلوب دفعه
	status	varcahr(50)	Not Null	يصف حالة عملية الدفع
Product Review جدول تقييمات المنتج				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Product_Review_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بتقييمات المنتج
FK	product_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالمنتج
FK	Costomer_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالزبون
	rating	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف المعرف التقييمات
	comment	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف التعليقات الخاصة بالمنتج
	created_at	DATE	Not Null	يصف متى تم التقييم
Store Review جدول تقييمات المتجر				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	store_Review_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بتقييمات المتجر
FK	store_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالمتجر
FK	Costomer_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالزبون
	rating	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف المعرف التقييم
	comment	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف التعليقات الخاصة بالمنتج
Address جدول العنوان				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	address_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالعنوان
FK	Costomer_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالزبون
	address_line1	NVARCHAR (100)	Not Null	يصف العنوان الأول
	address_line2	NVARCHAR (100)	Not Null	يصف العنوان الثاني
	Country	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف الدولة
	city	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف المدينة
	state	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف المحافظة
	postal_code	INT	Not Null	يصف الرمز البريدي

جدول التاجر Seller				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Seller_id	INT	Not Null	يوصف الرقم الخاص للبائع
	Name	NVARCHAR (50)	Not Null	يوصف اسم البائع
	Age	INT	Not Null	يصف عمر البائع
	Phone number	INT	Not Null	يصف رقم جوال البائع
	Email	VARCHAR(50)	Not Null	يصف البريد الإلكتروني للبائع
	created_at	DATE	Not Null	يوصف متى تم انشاء الحساب الخاص للبائع
جدول تسجيل الدخول للتاجر Login Account Seller				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Login_Account_Sel_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بعملية تسجيل الدخول للتاجر
FK	Seller_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالتاجر الذي سيسجل الدخول
	User_name	varchar(50)	Not Null	يصف اسم المستخدم للتاجر
	Password	varchar(50)	Not Null	يصف كلمة المرور للتاجر
جدول المتاجر Stores				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Stores_id	INT	Not Null	يوصف الرقم الخاص للمتجر
FK	Seller_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالتاجر الذي يملك المتجر
	Stores_Name	NVARCHAR (50)	Not Null	يوصف اسم المتجر
	Description	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف وصف المتجر
	Logo	IMAGE	Not Null	شعار المتجر
	Link	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف رابط المتجر
جدول اعدادات المتجر Store Settings				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Sitting_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالاعدادات
FK	seller_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالتاجر الذي سيعمل على المتجر الذي يمتلكه
	theme_color	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف باختيار اللون المتجر
	currency	NVARCHAR (50)	Not Null	
	payment_methods	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف طريقة الدفع
	shiopping_methods	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف طريقة الشحن
جدول الاشتراكات Subscriptions				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Subscriptions_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالاشتراك الخاص بالمتجر
FK	Seller_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالتاجر الذي يملك المتجر
	plan_type	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف خطه المتجر
	start_date	DATE	Not Null	يصف تاريخ بداية المتجر
	end_date	DATE	Not Null	يصف تاريخ نهاية المتجر
	status	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف حاله نشاط المتجر
جدول التقارير Reports				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Report_id	NVARCHAR (255)	Not Null	يصف المعرف الخاص بالتقارير
FK	Seller_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالتاجر الذي يصدر التقارير
	Report_Time	TIME	Not Null	يصف وقت اصدار التقارير
	Report_date	DATE	Not Null	يصف تاريخ التقارير
	order_Date	DATE	Not Null	يصف تاريخ الطلبات

Coupons جدول القسائم الشرائية				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Coupons_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالقسمة الشرائية
FK	Stores_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالمتجر المستخدم
	code	INT	Not Null	يصف كود الخصم
	discount_type	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف نوع كود الخصم
	discount_value	INT	Not Null	يصف قيمة الخصم
	valid_fome	INT	Not Null	يصف اعلى قيمة للخصم
	valid_until	INT	Not Null	يصف اقل قيمة للخصم
	usage_limit	INT	Not Null	يصف الخصم على حسب السعر
Notifications جدول الاشعارات				
المفتاح	اسم الحقل	نوع البيانات	الحالة	الوصف
PK	Notifications_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالاشعارات
FK	seller_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالتاجر
FK	customer_id	INT	Not Null	يصف المعرف الخاص بالزبون
	Message	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف الرسائل
	created_at	NVARCHAR (50)	Not Null	يصف متى تم ارسال الاشعار

### ٣-١٣ قواعد البيانات (Database):

هي مجموعة من البيانات المنظمة والمرتبطة ببعضها البعض بطريقة منطقية تستخدم قواعد البيانات لتخزين وإدارة المعلومات بشكل فعال ومنظم وتوفير طرقا للبحث والاستعلام عن البيانات واستخراج المعلومات المرتبطة بها.



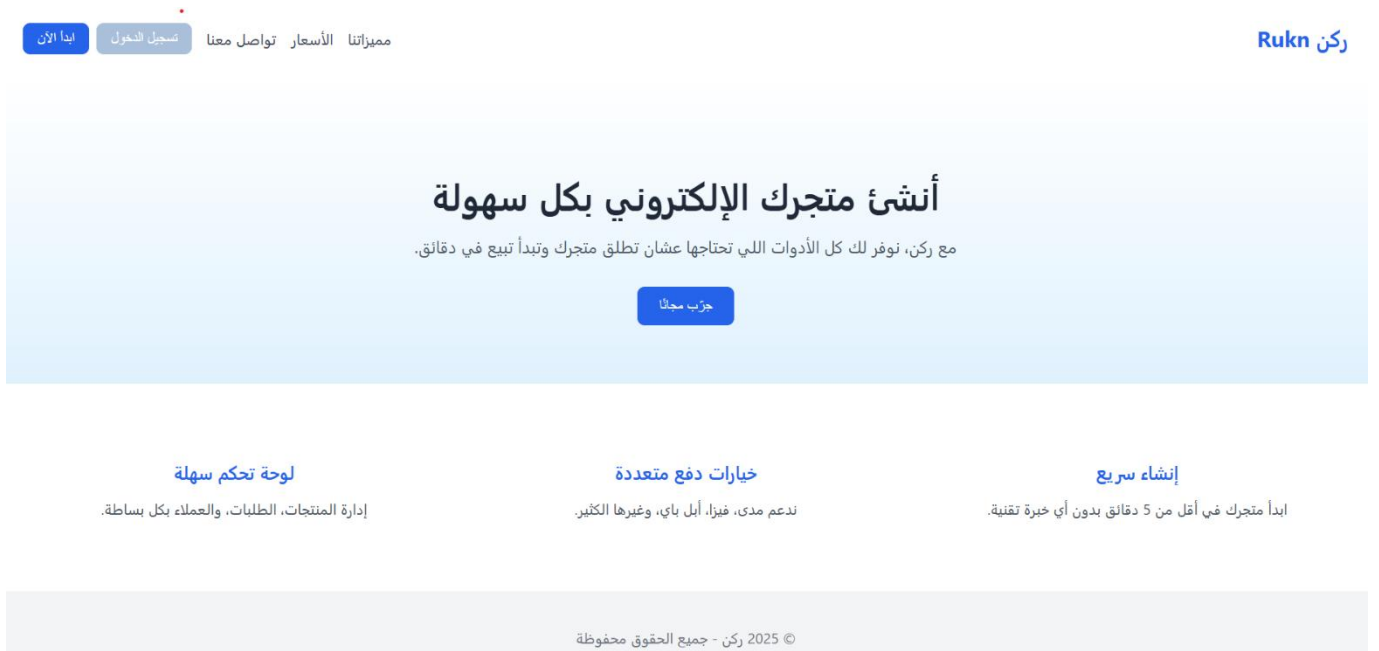
الشكل ٣-٩: قواعد البيانات.



### ٣-١٤ مرحلة تنفيذ النظام (Implementation):

#### ٣-١٤-١ واجهة الصفحة الرئيسية للمنصة:

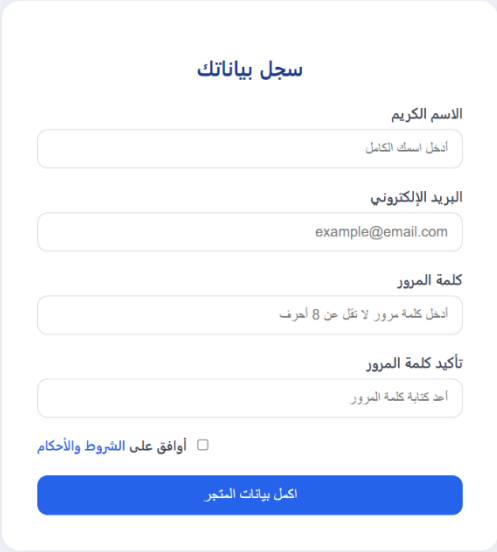
هذه الواجهة الأولى التي تقابل المستخدم للمنصة -التاجر- والتي تعتبر الواجهة الرئيسية للمنصة حيث يمكن للتاجر البدء معنا بإنشاء متجره أو تسجيل الدخول إذا كان لديه متجر.



الشكل ٣-١٠: واجهة الصفحة الرئيسية للمنصة.

### ٣-١٤ واجهة تسجيل بيانات التاجر:

في هذه الواجهة يقوم التاجر بإدخال بياناته المطلوبة كما هي موضحة (اسم التاجر، البريد الإلكتروني للتاجر، كلمة المرور) ثم يوافق على الشروط والأحكام ثم ينقر على زر إكمال بيانات المتجر.



سجل بياناتك

الاسم الكريم  
أدخل اسمك الكامل

البريد الإلكتروني  
example@email.com

كلمة المرور  
أدخل كلمة مرور لا تقل عن 8 أحرف

تأكيد كلمة المرور  
أعد كتابة كلمة المرور

☐ أوافق على الشروط والأحكام

أكمل بيانات المتجر

الشكل ٣-١١: واجهة تسجيل بيانات التاجر.

### ٣-١٤-٣ واجهة تسجيل بيانات المتجر:

في هذه الواجهة يقوم التاجر بتسجيل بيانات المتجر الذي يريد إنشاءه كما هو موضح في الشكل - - (اسم المتجر، رابط المتجر، نوع الكيان، اسم مدير المتجر، رقم جوال التاجر، شعار المتجر، وصف المتجر).

مرحباً بك في عالم التجارة الإلكترونية

اسم المتجر \*

اسم المتجر

رابط المتجر \*

store\_name /Rukun

نوع الكيان \*

اختر نوع الكيان

مدير المتجر \*

الاسم الكريم

رقم الجوال \*

967+  
xxx xxx xxx

شعار المتجر

اختيار ملف لم يتم اختيار أي ملف

الوصف الخاص بالمتجر

اكتب وصفاً موجزاً عن المتجر...

تسجيل

الشكل ٣-١٢: واجهة تسجيل بيانات المتجر.

### ٣-١٤-٤ واجهة الباقيات:

تحتوي هذه الواجهة على باقات المتجر حيث يتم الانتقال لهذه الواجهة بعد عملية تسجيل بيانات المتجر وتعتبر من أهم الواجهات ويجب على كل تاجر اختيار إحدى باقات المتجر للانتقال للخطوة التالية.

#### اختر الباقة المناسبة لمتجرك

##### ركن الاحترافية

حل متكامل للمناجر الكبيرة

**ر.س 70 / شهر**

- ✓ كل مميزات الباقة المتوسطة
- ✓ دعم فني 24/7
- ✓ تقارير مبيعات متقدمة
- ✓ تكامل مع أنظمة ERP
- ✓ حلول لوجستية متكاملة
- ✓ تحليلات العملاء

اختر الباقة

##### الأكبر سيوفاً

##### ركن المتوسطة

الحل الأمثل للمناجر النامية

**ر.س 50 / شهر**

- ✓ منتجات غير محدودة
- ✓ طلبات غير محدودة
- ✓ ربط مع قنوات البيع (سناپ، إنستجرام)
- ✓ إنشاء كوبونات خصم
- ✓ دعم فني سريع
- ✓ تقارير مبيعات أساسية

اختر الباقة

##### ركن المجانية

ابدأ بدون تكاليف واختبر المنصة

**ريال 0.00 / شهر**

- ✓ عدد محدود من المنتجات (50 منتج)
- ✓ عدد محدود من الطلبات (100 طلب/شهر)
- ✓ طرق دفع أساسية
- ✓ استقبال استفسارات العملاء
- ✓ دعم عبر البريد الإلكتروني

ابدأ الآن

الشكل ٣-١٣: واجهة الباقيات.

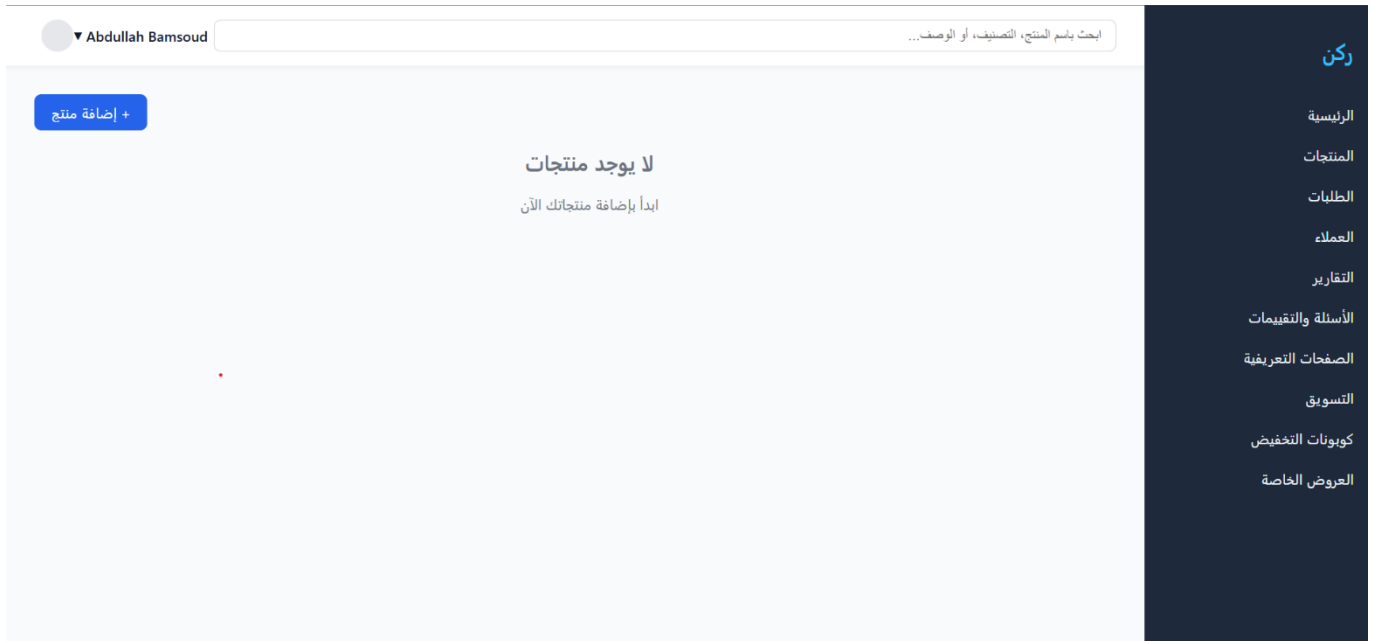
### ٣-١٤-٥ واجهة تسجيل الدخول للتاجر:

هذه الواجهة مخصصة لتسجيل دخول التاجر حيث يمكن للتاجر تسجيل الدخول عن طريق بريده الإلكتروني المسجل أو عن طريق رقم جواله وفي حال نسيان كلمة المرور لديه زر للمساعدة على استعادة كلمة المرور.

الشكل ٣-١٤: واجهة تسجيل الدخول للتاجر.

### ٣-١٤-٦ واجهة إدارة المتجر:

بعد تسجيل الدخول للمتجر يتم الانتقال الى واجهة إدارة المتجر والتي تمكن التاجر من إضافة المنتجات الى المتجر وإدارة المتجر بشكل كامل كما يمكن للتاجر الانتقال الى عدة واجهات عبر القائمة المنسدلة باليمين كما هو موضح في الشكل - - وتحتوي هذه القائمة على (المنتجات، الطلبات، التقارير، العملاء...إلخ).



الشكل ٣-١٥: واجهة إدارة المتجر.

### ٣-١٤-٧ واجهة إضافة المنتجات:

عندما يريد التاجر إضافة منتج جديد ينقر على إضافة منتج كما هو موضح بالشكل - - ثم ينتقل إلى هذه الواجهة والتي تطلب من التاجر وضع جميع معلومات المنتج المراد إضافته كما هو موضح بالشكل - - كما يجب على التاجر تعبئة جميع الحقول.

إضافة منتج جديد

اسم المنتج  
مثال: تيشيرت لقطان

وصف المنتج  
اكتب وصفاً للمنتج

السعر (ريال)  
مثال: 99

الفئة  
اختر الفئة

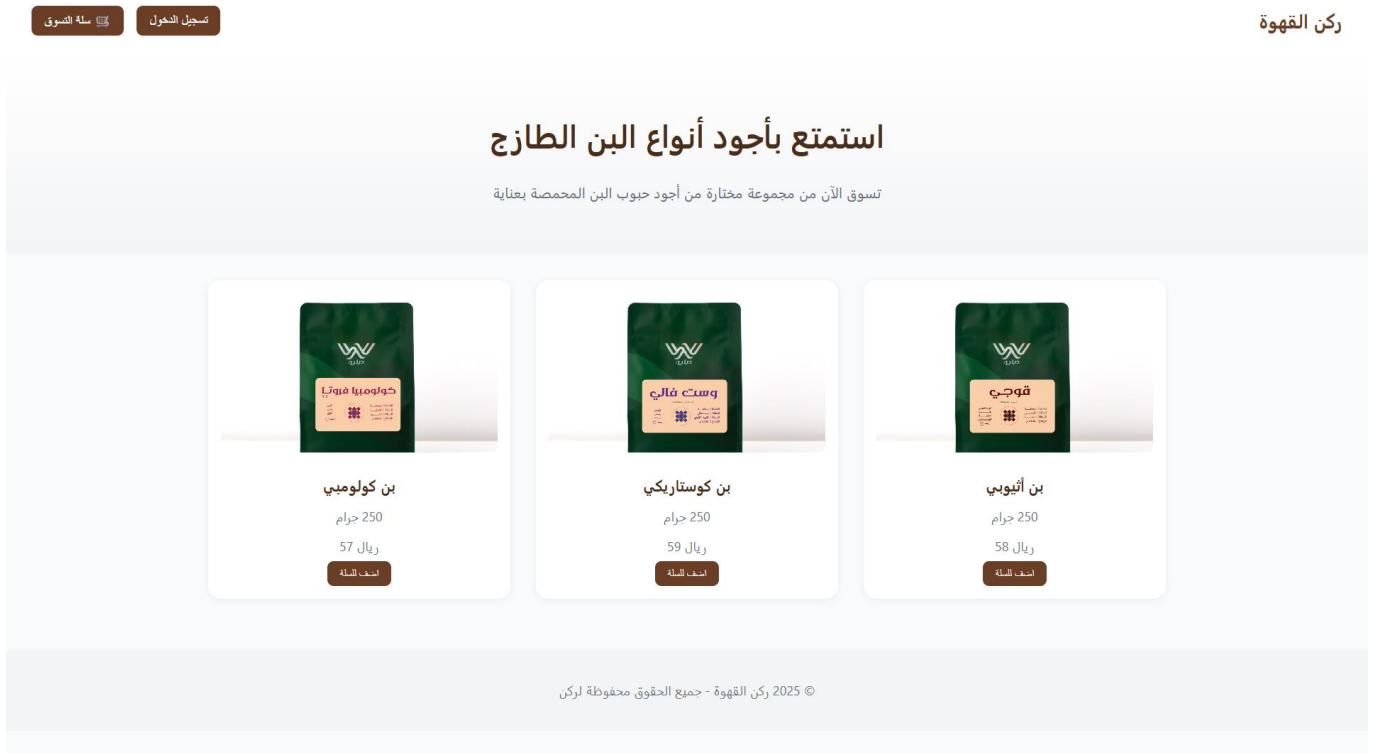
رابط صورة المنتج  
https://example.com/image.jpg

حفظ المنتج

الشكل ٣-١٦: واجهة إضافة المنتجات.

### ٣-١٤-٨ واجهة المتجر:

عند الانتهاء من تجهيز المتجر وإضافة المنتجات فيه، يقوم الزبون بالدخول على رابط المتجر وتظهر له هذه الواجهة والتي تمكنه من تصفح جميع المنتجات وإلقاء نظرة أولية على المتجر.



الشكل ٣-١٧: واجهة المتجر.



### ٣-١٤-٩ واجهة تسجيل دخول للزبون:

عندما يريد الزبون إضافة منتجات إلى سلة التسوق لن يتمكن من ذلك إلا بعد تسجيل الدخول في المنصة إذا كان لدى الزبون حساب سابق فيمكنه تسجيل الدخول من خلال البريد الإلكتروني أو رقم الجوال ثم سيتم إرسال رسالة إلى البريد أو رسالة تحقق SMS للتحقق من مالك البريد أو الرقم إذا كان لدى الزبون حساب سابق سيتم الانتقال مباشرة إلى سلة التسوق أما إذا كان ليس لدى الزبون حساب فسوف يتم الانتقال إلى واجهة تطلب من الزبون معلوماته.

الشكل ٣-١٨: واجهة تسجيل الدخول للزبون.

### ٣-١٠ واجهة إنشاء حساب للزبون:

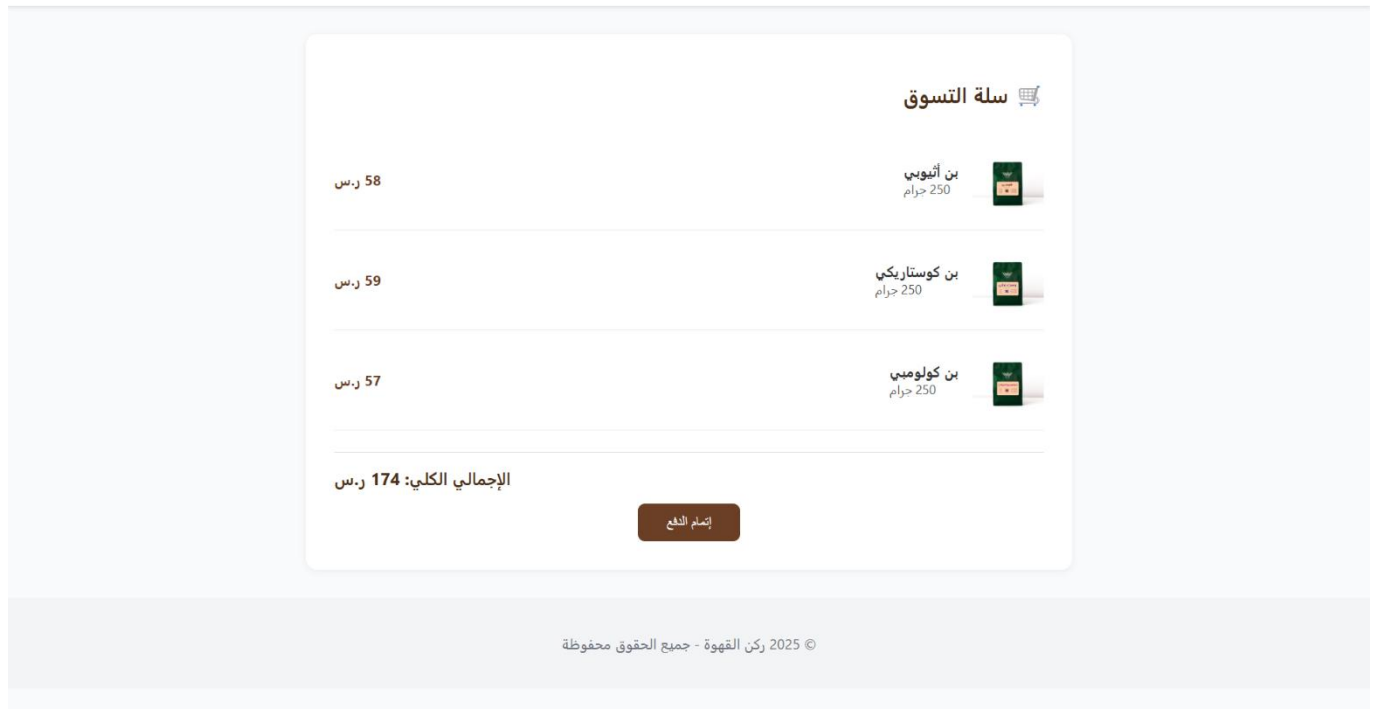
في هذه الواجهة ينشئ الزبون حساب جديد ويسجل المعلومات المطلوبة منه، مثل (اسم الزبون، تاريخ ميلاد الزبون، معلومات التواصل، عنوان الزبون).

الشكل ٣-١٩: واجهة إنشاء حساب للزبون.

### ٣-١٤-١١ واجهة سلة التسوق:

بعد تسوق الزبون في المتجر واختيار المنتجات التي يرغب في شراءها يتم إضافة جميع المنتجات إلى قائمة سلة التسوق والتي تخزن جميع المنتجات التي تم اختيارها للانتقال بعد ذلك إلى عملية الدفع.

ركن القهوة



الشكل ٣-٢٠: واجهة سلة التسوق.

### ١٢-١٤-٣ واجهة عملية الدفع:

بعد اختيار المنتجات المناسبة للزبون يتم التوجه إلى واجهة عملية الدفع وفيها يتم تعبئة الحقول المطلوبة من (عنوان الشحن، شركة الشحن، اختيار طريقة الدفع، معلومات بطاقة الدفع) ثم بعد ذلك يتم التحقق من صحة المعلومات المدخلة.

مرحباً، مشعل العمودي  
[إتمام الدفع]

الإجمالي: 115 ر.س  
لديك كوبون تخفيض؟

عنوان الشحن  
اليمين - المكلا - فوه

شركة الشحن  
مكتب الجعدي

طريقة الدفع

رقم البطاقة

الشهر/السنة

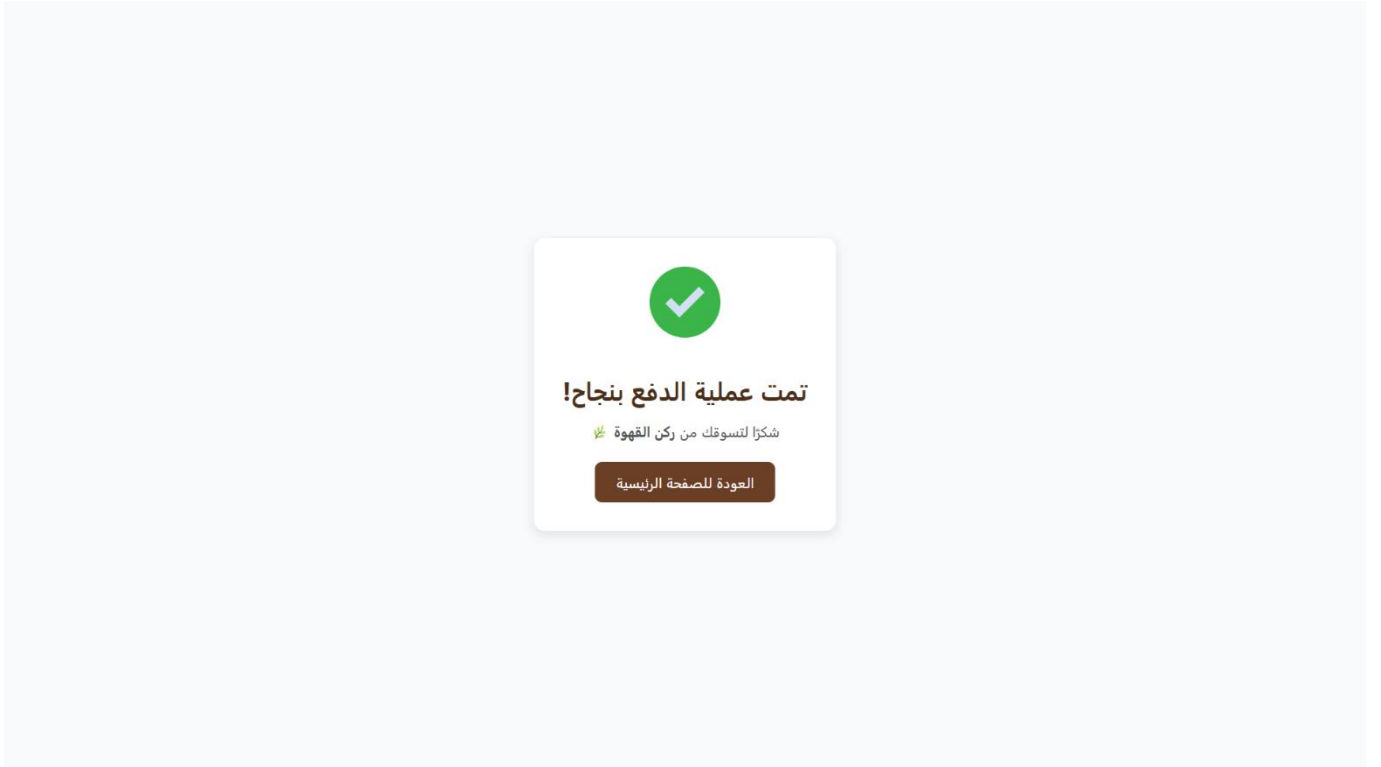
رمز التحقق (CVC)

إتمام الدفع

الشكل ٣-٢١: واجهة عملية الدفع.

### ١٣-١٤-٣ واجهة إكمال عملية الدفع:

بعد التأكد من معلومات الجهة التي يريد الزبون الدفع من خلالها ومعلومات البطاقة وأن الزبون صاحب البطاقة يتم عرض هذه الواجهة لإشعار الزبون بأنه تم الدفع.



الشكل ٣-٢٢: واجهة إكمال عملية الدفع.

### ٣-١٥ خلاصة الفصل الثالث:

تم في هذا الفصل دراسة المنهجية المتبعة في الدراسة والتي تساهم في حل المشكلات وتوضيح آلية عمل النظام الحالية والجديدة ، كما تم استعراض المتطلبات منها الوظيفية التي توضح ما يفعله النظام والمتطلبات الغير وظيفية التي تصف خصائص النظام ، وتم أيضا توضيح مرحلة التحليل ودراسة وجمع البيانات وتحديد الأدوات المستخدمة في الدراسة ومخرجات عملية التحليل والتي تمثل مخططات نمذجة مختلفة منها ما تصف الوظائف الرئيسية التي يقوم بها النظام ومن يتفاعل معه ، ومخطط اخر يصف حركة تدفق البيانات ومعالجتها في النظام ، كما قمنا بتصميم قاعدة بيانات من أجل تخزين المعلومات واسترجاعها وادارتها بسهولة وتوصيف كافة بياناتها وفي الأخير استعراض الواجهات الخاصة بالمنصة وأسلوب عمل كل واجهة.

الفصل الرابع

النتائج والتوصيات

#### ١-٤ المقدمة:

في نهاية البحث سيتم التطرق إلى أهم النتائج التي تم التوصل لها وأبرز التوصيات فالنتيجة هي الحقيقة العلمية الموضوعية المجردة التي تم التوصل إليها من دراسة نقطة معينة وهي ترتبط بأهداف الدراسة. أما التوصية فهي الطريقة التي تستثمر بها النتيجة للاستفادة منها. وهي ترتبط بأهمية الدراسة وهي التي تعمل على تطوير النظام في المستقبل حتى يصبح أكثر كفاءة وفعالية.

#### ٢-٤ النتائج (Results):

- ١- سهولة إنشاء المتاجر الإلكترونية دون الحاجة إلى خبرة تقنية أو برمجية، مما يفتح المجال لجميع الفئات للدخول إلى التجارة الإلكترونية بسهولة.
- ٢- المنصة تسهم في تجربة المستخدم من خلال واجهة سهلة وسريعة الاستجابة تدعم مختلف الأجهزة، مما يزيد من سهولة التعامل مع النظام.
- ٣- تحقيق انتشار أوسع للمنتجات والخدمات عبر الإنترنت، مما يساعد التجار على زيادة فرص البيع وتحقيق معدلات نمو أعلى.
- ٤- تحسين مستوى رضا العملاء من خلال توفير تجربة شراء أكثر تفاعلية وسهلة الاستخدام، مما يزيد من معدل الاحتفاظ بالعملاء.
- ٥- تحسين جودة الخدمة وتفاعل العملاء عبر أنظمة دعم فني سريعة وميزات تواصل فعالة داخل المنصة، مما يعزز رضا المستخدمين ويشجع على الولاء للعلامة التجارية.
- ٦- دعم وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة لضمان عمليات شراء آمنة وسريعة.



#### ٣-٤ التوصيات (Recommendations):

- ١- إطلاق تطبيق جوال للمنصة لتمكين المستخدمين من إدارة متاجرهم وشراء المنتجات بسهولة عبر الهواتف الذكية.
- ٢- تمكين ميزة العروض المحدودة والزمنية مثل التخفيضات الفورية والعروض الحصرية لفترة زمنية محددة، مما يعزز التفاعل ويشجع العملاء على الشراء بسرعة.
- ٣- إمكانية تتبع الطلبات عبر خريطة GPS بحيث يساعد المستخدمين في متابعة حالة الطلبات ومعرفة وقت وصولها.
- ٤- تعزيز الشراكات التجارية مع العلامات التجارية الكبرى بهدف تقديم منتجات حصرية داخل المنصة وجذب المزيد من العملاء من خلال التعاون مع الشركات المشهورة.
- ٥- تحسين نظام الإشعارات الذكية من خلال إرسال تنبيهات مخصصة للمستخدمين حول العروض الحصرية، المنتجات الجديدة، أتحديثات حالة الطلبات، مما يزيد من تفاعل العملاء.

## ٤-٤ الخاتمة:

وفي سطور الختام بعد تمام جميع فصول بحثنا المتعلق بمنصة إنشاء المتاجر الإلكترونية "ركن" نقول الحمد لله الذي هدانا ويسر وأعان لعمل هذا البحث.

ثم إن في ختام هذا البحث يتضح أن المنصات الإلكترونية لعبت دورًا محوريًا في تغيير مجرى التجارة حول العالم والتي قامت بتمكين الأفراد ورواد الأعمال من دخول عالم التجارة الإلكترونية بسهولة ويسر، دون الحاجة إلى خبرات تقنية متقدمة. وقد ساهمت هذه المنصات في دعم الاقتصاد الرقمي، وتعزيز ثقافة الشراء والبيع الإلكتروني في المجتمعات العربية. ومن خلال المزايا التي توفرها من حيث التكامل مع وسائل الدفع والشحن، وسهولة الاستخدام، أصبحت خيارًا مثاليًا لمن يسعى إلى بدء مشروعه التجاري عبر الإنترنت. لذا، فإن الاستثمار في مثل هذه الحلول التقنية خاصة في بلادنا يُعد خطوة استراتيجية نحو مستقبل تجاري رقمي مزدهر.

## المراجع

موقع دراسة كشك:

[1].<https://2u.pw/J9ZIX>

موقع دراسة شوبيفاي :

[2].<https://mosawi9.com/shopify/>

موقع دراسة اوبن كارت:

[3].<https://www.nutajr.com/blog/opencart/>

موقع دراسة إكسباند كارت:

[4].<https://mosawi9.com/expandcart/>

موقع دراسة سلة :

[5].<https://mosawi9.com/salla/>

موقع دراسة دكان:

[6].<https://dok-an.com>

موقع دراسة زد:

[7].<https://www.nutajr.com/blog/zid/>

دراسة الجدوى مفهوم عام

[8].<https://mawdoo3.com/> ما هي دراسة الجدوى

دراسة الجدوى الفنية مفهوم عام

[9].[https://jadwa.om/blog/Technical\\_feasibility\\_study](https://jadwa.om/blog/Technical_feasibility_study)

دراسة الجدوى الاقتصادية

[10].[https://mawdoo3.com/ما\\_هي\\_الجدوى\\_الاقتصادية/](https://mawdoo3.com/ما_هي_الجدوى_الاقتصادية/)

Router

[11].<https://www.Microsoft.com>

الاستضافة:

[12].[www.hostinger.ae](http://www.hostinger.ae)

ربط الشبكة CAPEL

[13].<https://www.Amazon>

برنامج لمكافحة الفيروسات Norton

[14].<https://ca.norton.com>

سحابة Microsoft Azure

[15].<http://azure.Microsoft>

Draw io

[16].[www.drawio.com](http://www.drawio.com)

[17].[www.Code.visualstudio.com](http://www.Code.visualstudio.com)

تطبيق منهجية أجايل في المشاريع :

[18].<https://shamrblog.com/2021/02/20/تطبيق-منهجية-اجايل-في-المشاريع>

مخطط حالة المستخدم

[19].[https://en.m.wikipedia.org/wiki/Use\\_case\\_diagram](https://en.m.wikipedia.org/wiki/Use_case_diagram)

مخطط علاقات الكيانات

[20].<https://3alam.pro/noom/series/alldiagrams/lessons/erd>

مخطط تدفق البيانات

[21].<https://e3arabi.com/technology>

مخطط الفئة

[22].<https://e3arabi.com/technology>

قاموس البيانات

[23].[https://ar.m.wikipedia.org/wiki/قاموس\\_البيانات](https://ar.m.wikipedia.org/wiki/قاموس_البيانات)