

الإهداء

الى أُمى الغالية أمد الله في عمرها:

التي ذودتني بالمحبة بالحنان .. وعلمتني الصمود .. مهما تبدلت الظروف .. الى من تتسابق
الكلمات لتخرج معبرة عن مكنون ذاتها .. من علمتني وعاشت الصعاب لأصل الى ما انا فيه ..
وعندما تسكنني الهموم أسبح فى بحر حنانها ليخفف من آلامى.

الى والدي عليه الرحمة والمغفرة الواسعة:

الى من علمني النجاح والصبر .. الى من أفتقده فى مواجهة الصعاب .. ولم تمهله الدنيا لأرتوي
من حنانه .. الى سبب وجودي فى الحياة عليه الرحمة والمغفرة الواسعة.

الى إخواني واخواتي:

أحبكم حباً لو مر على أرض قاحلة .. لتفجرت منها ينبوع المحبة.

الى أساتذتي الأجلاء بكلية الفنون الجميلة والتطبيقية:

الذين كانوا يضيئون لى الطريق .. ويساندوني ويتنازلوا عن حقوقهم لإرضائي والعيش في هناء.

الى أصدقائي الاعزاء:

الدكتور خالد محمد علي رفيق دربي الذى شجعني على مواصلة مسيرتي العلمية وعلى ما أظهره
من الصبر الجميل والدكتور أبوبكر الهادى أحمد, رفيق دربي الذى شجعني على مواصلة
مسيرتي العلمية والاستاذ مصطفى إبراهيم رفيق دربي الذى شجعني على مواصلة مسيرتي
العلمية .

* الي كل من أضاء بعلمه عقل غيره ... أو هدى بالجواب الصحيح حيرة سائليه فأظهر بسماحته
تواضع العلماء وبرحابته سماحة العارفين.

الشكر والعرفان

أشكر الله تعالى وأحمده الذى بنعمته تتم الصالحات فهو المنعم والمتفضل قبل كل شيء والصلاة والسلام على رسول الله سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم.

وأقدم بعظيم الشكر والتقدير لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وللمشرف الدكتورة ربيعة مبارك أحمد صالح مشرف الدراسة لما بذلت من جهد مقدر معي فى إخراج البحث بصورة ممتازة وعلى حسن تعاونها معي، إذ أمدتني بما إحتجت إليه من مصادر ومراجع كان لها الأثر الأكبر فى إنجاز هذه الدراسة.

جزيل الشكر والعرفان للصديق العزيز دوماً الى نفسي الدكتور خالد محمد على نائب عميد كلية الفنون الجميلة والتطبيقية على ما أظهره من الصبر الجميل فى متابعة وطباعة الدراسة وتدقيقها وتنسيقها وحسن إخراجها. وجزيل الشكر والعرفان للصديق العزيز دوماً الدكتور ابوبكر الهادي عميد كلية الفنون الجميلة والتطبيقية على حسن تعامله معي.

ثم أزجي الشكر فائقه والثناء إلى أستاذي الدكتور عمر درمة على حسن رعايته وصبره لإنجاز خطة هذا البحث.

وأشكر أستاذتي الكرام بكلية الفنون الجميلة والتطبيقية وعلى راسهم الأستاذ مصطفى ابراهيم والاستاذ اكرم قرشي آدم ماهر والأستاذ خالد الخزين والأستاذ خالد كاجولي على تفضلهما بمناقشة أطراف دراستي.

وكما لايفوتني الشكر الى كل من أعانني فى إنجاز هذه الدراسة سائل المولى عز وجل أن يجعل مجهودهم فى ميزان حسناتهم.

والشكر والحمد من قبل ومن بعد الله تعالى الذى منحنى الحياة والقوة والصبر لإستكمال دراستي ..
والصلاة والسلام على رسول الله سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

المستخلص باللغة العربية

قام الباحث بتحديد مسألة البحث عن طريق تحديد تأثير الإهتمام بالمواقع الإلكترونية التجارية لتتمكن من جذب النشاط التجاري وإنعكاس ذلك على حجم المبيعات. تتمثل الأغراض الأخرى للبحث في مواكبة التغيرات التي تطرأ والمتعلقة بإستعمال الشبكة العنكبوتية، والإهتمام بالتجارة الإلكترونية بالسودان، وتبسيط الضوء على طرق تصميم المواقع الإلكترونية وجمالياتها وقواعدها الأساسية، بالإضافة الى أحدث الدراسات العلمية لتصميم المواقع الإلكترونية طبقاً للمعايير الدولية وبشكل عام إبراز أهمية عناصر التصميم وعلاقتها بطبيعة المواقع الإلكترونية التجارية.

تهدف الدراسة كذلك الى التعريف بأهمية المواقع التجارية الإلكترونية ومتطلباتها الأساسية وكذلك حماية المكونات الجمالية والوظيفية للمواقع الإلكترونية التجارية بالنسبة للصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية. وبذا تكون الدراسة قد إشتملت على أسلوبين: الأسلوب الوصفي التحليلي لضبط وحساب وتصنيف، وتحليل مسائل المواقع الإلكترونية التجارية بغرض مناقشتها ومقارنتها بطريقه علمية وتعيين وصف علمي لها بتطبيق الأسلوب التجريبي لكي يتم توفير حلول لنماذج تصميم جديدة وفقاً للعناصر المتعارف عليها الخاصة بالتصميم التخطيطي وكذلك تقديم مقترحات للأعمال المصممة لصفحات المواقع الإلكترونية بشكل متوافق مع المتطلبات التي تخدم المحتوى والغرض معا.

قام الباحث بإجراء مقابلات مع متخصصين في مجال تصميم وتطوير المواقع الإلكترونية التجارية بالشبكة العنكبوتية الدولية، وبناء على ذلك قام بتصميم الإستبيان الذي يتوجب أن يكون مثاراً لإهتمام المصممين والمهتمين بمجال تصميم المواقع الإلكترونية التجارية.

كانت أهم إستنتاجات الباحث كما يلي: تعكس الصفحة الرئيسية فكرة الموقع الإلكتروني التجاري ومحتواه كما يلعب شكل وخلفية الصفحة الرئيسية دوراً في تيسير عملية التصفح. تكون كفاءة الموقع الإلكتروني التجارية ذات علاقة مباشرة بجودة تصميم الصفحة الرئيسية. وعليه يتوجب أن يكون تصميم الموقع الإلكتروني التجاري جيداً وخالياً من العيوب لكي يؤدي دوره الوظيفي. يمثل الاستعمال السهل وبنية التصفح المناسب عاملان هامان لنجاح الموقع الإلكتروني التجاري. تختلف المواقع الإلكترونية التجارية المتخصصة عن بعضها البعض من حيث التصميم، والشكل، والمحتوى.

Abstract:

The researcher has pinned down the problem of the research by identifying the impact of concern with commercial websites so that they can attract commercial activity as well as reflect on the volume of sales. Other purposes of the research include keeping abreast of changes related to internet usage and e-commerce in Sudan, elucidation of methods, aesthetics and fundamentals of commercial website design, in addition to a state-of-the-art scientific study on the design of commercial websites in accordance with international standards and generally projecting the significance of the elements of the design and their association with the nature of commercial websites.

The study further targeted introduction of the importance of e-commerce and its basic requirements, and further projecting the aesthetic and functional components of commercial websites for the home page and internal pages. The study thus combines two approaches: the descriptive-analytical approach for the control, calculation, classification and analysis of the problems of commercial websites for the purpose of discussing and comparing the same scientifically and designating them a scientific description through application of the empirical approach so as to be able to provide solutions for new design models under the recognized elements of schematic design elements as well as offer proposals for works designed for website pages in line with requirements that serve both content and display.

The researcher has conducted interviews with specialists in the field of design and development of commercial websites on the World Wide Web, and has consequently tailored a questionnaire that should be of concern to designers and those concerned with the field of commercial website design.

The most important conclusions reached by the researcher have been as follows: the home page reflects the theme and content of the commercial website. The shape and background of the home page plays a role in facilitating the browsing process. The efficiency of a commercial website is directly related to the quality of the home page design. Flawless design of a commercial website is essential for that website to perform its functional role. Handy usage and lucidity of the browsing structure are two factors for the success of the commercial website. Specialized commercial websites differ from each other in respect of design, form and content.

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
أ	الإستهلال
ب	الإهداء
ج	شكر وعرفان
د	المستخلص باللغة العربية
هـ	المستخلص باللغة الإنجليزية
و	قائمة الجداول
ز	قائمة الأشكال
ح	قائمة المحتويات
ط	قائمة الملاحق
15:1	الفصل الأول: خطة البحث - الإطار العام
2	- مقدمة الدراسة
4	- مشكلة الدراسة
4	- أهمية الدراسة
5	- أهداف الدراسة
5	- فرضيات الدراسة
5	- منهج الدراسة
6	- حدود الدراسة
9-6	- مصطلحات الدراسة
20 - 11	الفصل الثاني: الدراسات السابقة
127 - 22	الفصل الثالث: الإطار النظري
20	المبحث الأول: التصميم العام

22	- تعريف التصميم
24	- أهمية التصميم
26	- وظيفة التصميم
27	- موضوع التصميم
27	- العوامل المؤثرة في التصميم
29	- عناصر التصميم
40	- أسس التصميم
46	- دور المصمم في إثراء التصميم
77-63	المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية
50	- تمهيد
51	- تعريف التجارة الإلكترونية
53	- مفهوم التجارة الإلكترونية
53	- فوائد التجارة الإلكترونية
56	- الأطراف المتعاملة بالتجارة الإلكترونية
57	- خصائص ومقومات التجارة الإلكترونية
59	- مقومات التجارة الإلكترونية
59	- دوافع التجارة الإلكترونية
60	- مشاكل التجارة الإلكترونية
85-66	المبحث الثالث: التسويق الإلكتروني
66	- التسويق التقليدي
68	- وظائف التسويق العام
69	- تعريف التسويق الإلكتروني
70	- مفاهيم وطرق التسويق الإلكتروني

71	- البنية التحتية للتسويق الإلكتروني ومتطلباته الأساسية
75	- أسماء النطاق وعنوان المشترك عبر الإنترنت
76	- مخدم الموقع أو الحاسب المضيف
76	- متصفح الموقع
77	- خطوات بناء موقع على الشبكة العنكبوتية
78	- أهمية التسويق الإلكتروني في ترويج المنتجات
78	- مزايا التسويق الإلكتروني
79	- أنواع التسويق الإلكتروني
80	- المعوقات الأساسية للتسويق الإلكتروني
81	- الخصائص المميزة للتسويق الإلكتروني
83	- طرق التسويق الإلكتروني
84	- فوائد التسويق الإلكتروني بإستخدام بعض الادوات المتاحة
116-87	المبحث الرابع: تصميم المواقع الإلكترونية على الشبكة الدولية
87	- تمهيد
87	- أنواع المواقع الإلكترونية من حيث المضمون
88	- أنواع المواقع الإلكترونية من حيث الإحتراف
89	- أنواع المواقع الإلكترونية من حيث التمويل
90	- أنواع المواقع الإلكترونية من حيث الهيكلية
91	- أنواع المواقع الإلكترونية من حيث التكوين
91	- أنواع المواقع الإلكترونية من حيث العرض
92	- أنواع المواقع الإلكترونية من حيث الجمهور المستهدف
93	- أنواع المواقع الإلكترونية من حيث التكنولوجيا المستخدمة
94	- أنواع المواقع الإلكترونية من حيث الوظيفة والأهداف

95	- البرامج المستخدمة في تصميم المواقع الإلكترونية
98	- واجهة الإستخدام وتجربة المستخدم
98	- تعريف واجهة الإستخدام
98	- مفهوم واجهة الإستخدام
100	- تجربة المستخدم
100	- الفرق بين واجهة المستخدم و تجربة المستخدم
102	- مفهوم تجربة المستخدم
104	- مقاييس تصميم صفحات المواقع
107	- كيف تصمم صفحة على الإنترنت؟
108	- خصائص وسمات إخراج المواقع الإلكترونية
110	- باستعمال القوائم
110	- استعمال الوصلات
110	- لتصميم الطباعى وتصميم الويب
112	- تصميم الموقع الإلكتروني الناجح
116	- عوامل التشويش في إخراج المواقع الإلكترونية
127 - 118	المبحث الخامس: شركة كليك جرافكس المحدودة
118	- التعريف بشركة كليك جرافكس المحدودة
119	- تأسيس الشركة
119	- أهداف الشركة
119	- سياسة الشركة
120	- رؤية الشركة
120	- خدمات الشركة
123	- فريق العمل

124	- الواجهه والصفحات الداخلية لموقع شركة كليك جرافكس
217-129	الفصل الرابع: إجراءات البحث
129	- منهج الدراسة
129	- وصف وتحليل الموقع الإلكتروني لشركة كليك جرافكس
131	- أدوات الدراسة
132	- أسئلة المقابلات
149	- رأي الباحث حول نتائج المحاور السابقة
150	- إجراءات الدراسة الميدانية (الإستبانة)
150	- مجتمع وعينة الدراسة
156	- أداة الدراسة
157	- وصف الإستبيان
158	- ثبات وصدق أداة الدراسة
161	- الأساليب الإحصائية المستخدمة
162	- تطبيق أداة الدراسة
195	- تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة
220-219	الفصل الخامس: عرض ومناقشة نتائج الدراسة
224-222	الفصل السادس: الخاتمة والتوصيات
222	- الخاتمة
223	- التوصيات
224	- موضوعات تثيرها الدراسة ويمكن دراستها
226	- قائمة المراجع العربية والأجنبية
232	- الملاحق
240	- أعمال الدارس

قائمة الأشكال

الصفحة	الشكل	رقم الشكل
99	التوازن بين الكفتين كفيل بإنجاح واجهة المستخدم	2
102	واجهة الإستخدام Ui وتجربة المستخدم UX.	1
102	معرفة توقعات المستخدم أمر أساسي في إنجاح تجربة المستخدم	3
103	68% من زوار موقعك يتخلون عنه لأنهم يعتقدون انك غير مهتم بأمرهم.	4
124	واجهة الإستخدام لموقع شركة كليك جرافكس	1
125	الصفحات الداخلية لموقع شركة كليك جرافكس	2
125	الصفحات الداخلية لموقع شركة كليك جرافكس	3
126	الصفحات الداخلية لموقع شركة كليك جرافكس	4
126	الصفحات الداخلية لموقع شركة كليك جرافكس	5
127	الصفحات الداخلية لموقع شركة كليك جرافكس	6
240	الصفحة الرئيسية (واجهة الإستخدام)	1
241	الصفحة الداخلية الأولى	2
242	الصفحة الداخلية الثانية	3
243	الصفحة الداخلية الثالثة	4
244	الصفحة الداخلية الرابعة	5
245	الصفحة الداخلية الخامسة	6
247	موقع رئاسة الجمهورية	1
247	موقع وزارة الطاقة والتعدين	2

248	موقع رئاسة مجلس الوزراء	3
248	موقع الهيئة القومية للكهرباء	4
249	موقع سودابت	5
249	موقع مصحف أفريقيا	6
250	موقع وحدة تنفيذ السدود	7
250	موقع كي ماركت	8
251	موقع بوابة السودان لحقوق الإنسان	9
251	موقع الاعمال الهندسية المتقدمة	10
252	موقع الشركة العربية الكورية المحدودة	11
252	موقع اماتون غاز	12
253	موقع بنك الثروة الحيوانية	13
253	موقع نيوتش	14
254	شبكة المشكاة الإسلامية	15
254	موقع سكك حديد السودان	16
255	موقع مؤسسة معارج للسلام والتنمية	17
255	موقع مجلس الولايات	18
256	موقع شركة بترودار	19
256	موقع مجموعة البرجوب الهندسية	20
257	موقع إيسكو	21
257	موقع شركة أصول	22
258	موقع مطار الخرطوم الدولي الجديد	23
258	موقع رداكس للخدمات اللوجستية والبريد السريع	24
259	موقع شركة سما ميديا	25

259	موقع منار للأجهزة الصوتية والإلكترونية	26
260	موقع انار لخدمات الطيران	27
260	موقع صحيفة سودانايل	28
261	موقع البحار الدافئة	29
261	موقع نادي المورد الرياضي	30
262	موقع فونو	31
262	موقع جهاز تنظيم شئون العاملين بالخارج	32
263	موقع أفرو كنج	33
263	موقع الأمانة العامة لهيئة المستشارين	34
264	الجمعية السودانية لحماية المستهلك	35
264	موقع الفنان طه سليمان	36
265	موقع مدارس ستييس العالمية	37
265	موقع المنظمة السودانية لتطوير التعليم	38
266	موقع إسكاي ارت للطيران	39
266	موقع الجدار للهندسة والإستشارات	40
267	موقع سيدكو للاتصالات	41
267	موقع سوداسات	42
268	موقع كنار	43
268	موقع ICC العالمي	44
269	موقع شركة شتول العالمية للإستثمار	45
269	موقع الشركة العربية للبذور	46
270	موقع بنك البركة	47
270	موقع مجموعة البربري	48

271	موقع الهيئة العليا للرقابة الشرعية للجهاز المصرفي	49
271	موقع وزارة التجارة الخارجية	50
272	موقع مطار مروي الجديد	51
272	موقع كاتيا	52

قائمة الجداول

الصفحة	الموضوع	رقم الجدول
151	التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل الأكاديمي.	(1/2/3)
153	التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير التخصص.	(4/2/3)
155	لتوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة.	(3/2/3)
158	قائمة بأسماء وعناوين محكمي أداة الدراسة.	(4/2/3)
160	الثبات والصدق الإحصائي لإجابات أفراد العينة الاستطلاعية على الاستبيان.	(5/2/3)
162	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى.	(6/2/3)
164	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية.	(7/2/3)
166	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة.	(8/2/3)
168	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة.	(9/2/3)
170	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة.	(10/2/3)
172	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السادسة.	(9/2/3)
174	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى.	(12/2/3)
176	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية.	(13/2/3)
178	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة.	(14/2/3)
179	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة.	(15/2/3)

181	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة.	(16/2/3)
183	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى.	(17/2/3)
185	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية.	(18/2/3)
187	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة.	(19/2/3)
189	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة.	(20/2/3)
191	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة.	(21/2/3)
193	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السادسة.	(22/2/3)
196	الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الأولى.	(1/3/3)
198	نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الأولى.	(2/3/3)
202	لوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثانية.	(3/3/3)
204	نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الثانية.	(4/3/3)
207	لوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثالثة.	(5/3/3)
210	نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الثالثة.	(6/3/3)
213	نتائج إختبار السؤال الأول.	(7/3/3)
216	نتائج اختبار السؤال الثاني.	(8/3/3)

قائمة الصور

الصفحة	الصورة	رقم الصورة
152	التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل الأكاديمي.	(1/2/3)

154	التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير التخصص.	(4/2/3)
156	لتوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة.	(3/2/3)
163	لتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى.	(4/2/3)
165	لتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية.	(5/2/3)
167	لتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة.	(6/2/3)
169	لتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة.	(7/2/3)
171	لتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة.	(8/2/3)
173	لتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السادسة.	(9/2/3)
175	لتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى.	(10/2/3)
177	لتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية.	(11/2/3)
178	لتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة.	(12/2/3)
180	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة.	(13/2/3)
182	لتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة.	(14/2/3)
184	لتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى.	(15/2/3)
186	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية.	(16/2/3)
188	لتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة.	(17/2/3)
190	لتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة.	(18/2/3)
192	لتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة.	(19/2/3)
194	لتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة.	(20/2/3)