

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

١/١ المقدمة :-

لم تشهد البشرية خلال تاريخها الطويل تغيرات في نمط الإنتاج والتبادل والاتصالات فقط، بل شملت التغيرات أسلوب الحياة بالعمق والشمول والسرعة التي تشهدها المجتمعات منذ أن دخلت في حياتها التقنيات الحديثة للمعلومات والاتصال. وقد تغلغلت هذه التقنيات في بعض القطاعات مثل قطاع المعلومات والقطاع المالي والمصرفي وقطاع التجارة، إلى الدرجة التي تحولت معها الأساليب والممارسات التي تستخدمها المنظمات التي تعمل في هذه القطاعات تحولاً جزرياً وشاملاً^(١).

ويرى الباحث أن التحول في هيكل وكيانات هذه المنظمات أسمهم في ظهور نوع من المنظمات لا تتمتع بموقع محدد أو هيكل هرمي تقليدي أو كيان مادي ملموس وإنما يعتمد تواجده ونشاطه على شبكة علاقات التبادل والاتصال التي تتم من خلالها أعماله وأنشطته. ويتمثل فيها كيان المؤسسي، والذي أضحت ذروة وجود معنوي، يسهل أن يطلق عليه كيان تخيلي أو افتراضي.

وقد أسممت الثورة المعلوماتية والاتصالية بدرجة كبيرة في زيادة شدة التيار الجارف الذي شمل اقتصاديات العالم ونمط حياة المجتمعات المعروفة بتيار العولمة خلال ربع القرن الأخير وينتظر أن تستمر وتنتسع آثار هذه الثورة المعلوماتية والاتصالاتية لتشمل قطاعات النشاط والإنتاج والتبادل وال العلاقات العامة بالمنظمات وقد بدأت هذه التغيرات تحدث تحولات متتسارة شاملة في عديد من اقتصاديات العالم وبخاصة العالم المتقدم. وقد بدأت كذلك مسيرة تحول في الاقتصاد العالمي تعتمد على تقنية وشبكات المعلومات والاتصال، تشكل فيها المعلومات وشبكتها وتقنيات الاتصال المتقدمة والمعرفة نسبة متزايدة ومؤثرة من القيمة المضافة، وأداة مهمة من أدوات تحقيق ميزة تنافسية على المستوى العالمي^(٢)، ولعل من أبرز التطورات التكنولوجية الكبيرة المعاصرة وجود شبكة الإنترن特 التي كانت غير متاحة حتى أوائل التسعينات إلا للأكاديميين فقط، أما اليوم فأصبح الاهتمام بالإنترن特 يتزايد على نطاق

(١) حب خلة توفيق ، " الدور الفاعل للمؤسسات الاقتصادية الدولية في التطورات الحديثة لآليات السوق" ، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، جامعة حلوان، ٢٠٠٧، ص ١١٧ - ١١٨ .

(٢) Mann, Eckert And Knight , "Internet And Electronic Commerce Law In The European Union", Portland Oregon: Oxford, USA, Hart Publishing, 2002, P. 16.

واسع خاصة في منظمات الأعمال لما تقدمه من فرص أكبر وأعظم في مجالات الاتصالات وجمع المعلومات والتسويق والصفقات التجارية والعلاقات العامة بين المنظمات^(١)

ولقد تزايـد استـخدامـات التجـارـة الإـلكـتروـنية خـلـال السـنـوات القـلـيلـة المـاضـية زـيـادة مـطـرـدة وـتـضـخم حـجم المعـاـملـات الإـلكـتروـنية، وـمـن ثـم تـغـير المـزيـج التـسـويـقـي وـاسـترـاتـيجـيات التـسـويـق التـقـليـديـة، حـيث أـتـاحـت الشـبـكة خـدـمات البيـع وـالـشـراء الإـلكـتروـني طـوـال الأـربعـون سـاعـة وـعـلـى مـدار جـمـيع أـيـام العـام بـغـضـنـظـر عـن موـاـقـيـت العـمـل التقـليـديـة وـالأـجـازـات المـخـلـفـة^(٢)

وتـسـهـم التجـارـة الإـلكـتروـنية فـي زـيـادة كـفـاءـة تـخـصـيـص المـوارـد وـتـدعـيم النـمو الـاقـتصـادي وـتـنوـع مـنـتجـات السـوق وـزـيـادة الرـفـاهـيـة الـاقـتصـاديـة، كـما تـقـم خـدـماتـها فـي مـجاـلات السـيـاسـات المـتـعـلـقة بـالـبـنـيـة الـأسـاسـيـة لـقطـاع الخـدـمات وـمـنـهـا نـظـام الـاتـصالـات وـالـتـموـيل وـالـسـدـاد وـالـتـوزـيع وـالتـسـليم^(٣)، وـالـتـي بـدـورـها تـسـهـم فـي تـشكـيل المـزاـيا المـادـية الـتـي تـعـود عـلـى الأـفـرـاد وـالـقـطـاع الـخـاص وـالـحـكـومـة مـنـ الإنـتـرـنـت وـالـتـجـارـة الإـلكـتروـنية، وـلـاـ شـكـ أـنـ توـافـرـ بيـة قـانـونـيـة مشـجـعة تـقـرـجـ طـاقـاتـ القـطـاعـ الـخـاصـ نحوـابـتكـارـ وـقـيـادـةـ مـسـيرـةـ تـطـوـيرـ التجـارـة الإـلكـتروـنية^(٤)

٢/١ الـدـرـاسـة الـاسـطـلـاعـيـة :-

قام الباحث بإـجـراـء مـقـابـلاتـ شـخـصـيـة مع بعضـ المـسـئـولـينـ بـمـرـكـزـ المـعـلـومـاتـ وـدـعـمـ اـتـخـاذـ القـرـارـ بـمـجـلـسـ الـوزـراءـ وـالمـجـلـسـ السـلـعـيـ لـلـبـرـمـجـيـاتـ وـهـيـةـ تـنـمـيـةـ صـنـاعـةـ تـكـنـوـلـوـجـيـاتـ الـمـعـلـومـاتـ "ـاـيـتـيـداـ"ـ، وـمـنـ تـحـلـيلـ الـدـرـاسـةـ الـاسـطـلـاعـيـةـ أـمـكـنـ الحصولـ عـلـىـ الـظـواـهـرـ أوـ الـمـؤـشـراتـ وـكـانـ منـ أـهـمـ نـتـائـجـهاـ ماـ يـليـ:-

١ - لا يوجد الوعي الكافي لاستخدام شبكة الإنترنت في الشراء الإلكتروني للسلع والخدمات.^(٥)

٢ - قلة الشركات المصرية التي تقوم بتصميم البرمجيات المتخصصة والاهتمام بتصميم البرامج الترفيهية والتعليمية فقط.^(٦)

(١) Troy J . Steader, Michel J. Show, "Characteristics of electronic markets", .J,2005 P.22.

(٢) Ronald , Thompson and William Cats, "Information Technology and Management", McGraw Hill,2003,P.68.

(٣) Mann, Eckert And Knight , Ibid.,P.33.

(٤) سالم، محمد صلاح، "العصر الرقمي وثورة المعلومات"، (القاهرة: مكتبة عين شمس، ٢٠٠٢) صفحة رقم ٢٥

(٥) مقابلة شخصية مع السيد الدكتور / سيد إسماعيل، رئيس المجلس السمعي للبرمجيات السابق ورئيس مجلس إدارة شركة آس آي تكنولوجيز بتاريخ ٢٠٠٨/١٠/١٢ .

(٦) مقابلة شخصية مع السيد الدكتور / محمد فهمي طلبة، الرئيس التنفيذي لشركة دلتا للبرمجيات بتاريخ ٢٠٠٩/١/٩ .

- ٣- هناك مشكلات تشريعية (فنية، إنتاجية، مالية، مصرفيه وتسويقيه) تواجه صناعة البرمجيات في مصر.^(١)
- ٤- الاهتمام بالمحادثة وتزيل الأغاني والبحث عن عمل والبحث عن معلومات دينية وثقافية يأتي من أهم مجالات استخدام الإنترنت.^(٢)
- ٥- الغالبية العظمى من المؤسسات والشركات العاملة في السوق المصرية لا تزال تفضل التعاقد مع شركات البرمجيات الأجنبية^(٣)
- ٦- عدم رغبة مستخدمي شبكة الإنترنت عند الشراء والتسوق في استخدام الدفع الإلكتروني للسلع والخدمات بواسطة بطاقات الائتمان خوفاً من السرقات الإلكترونية وتفضيلهم طريقة الدفع عند الاستلام.^(٤)
- ٧- قلة المواقع الإلكترونية للشركات المصرية المنفذة لتطبيقات التجارة الإلكترونية وعدم معرفة أغلبية العينة لأسماء مواقع الشركات المصرية.^(٥)
- ٨- عدم توافر الاعتمادات الكافية لتنفيذ مشروعات بحوث وتطوير صناعة البرمجيات^(٦)

٣/ مشكلة الدراسة:-

في ضوء مؤشرات ونتائج الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث والدراسات السابقة ، فيمكن صياغة مشكلة الدراسة في :

(عدم التحديد الدقيق لمتطلبات ومعوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في مصر ، وعدم تحديد أسباب عزوف العميل المصري مستخدم الانترنت عن الشراء المباشر للسلع والخدمات المقدمة من الشركات المختلفة وخاصة البرمجيات).

(١) مقابلة شخصية مع السيد الدكتور/ حازم عبد العظيم، الرئيس التنفيذي لجنة تمكين صناعة تكنولوجيا المعلومات "اييدا" بتاريخ ٢٠٠٨/١٠/١٥.

(٢) مقابلة شخصية مع السيد الدكتور / وفاء حنا شرابي، رئيس مجلس إدارة شركة جى اند أس للبرمجيات بتاريخ ٢٠٠٨/٣/٧.

(٣) مقابلة شخصية مع السيد الأستاذ / عبد الحليم محمد على، رئيس مجلس إدارة شركة اليل للبرمجيات بتاريخ ٢٠٠٩/٨/١٧.

(٤) مقابلة شخصية مع السيد الدكتور / ناجي رمضان درويش، أستاذ نظم المعلومات بمعهد الإحصاء - جامعة القاهرة وعضولجنة بحوث التسويق بالجامعة السمعي للبرمجيات بتاريخ ٢٠٠٨/١٢/٣.

(٥) بوابة معلومات مصر ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، يناير ٢٠٠٩

(٦) مقابلة شخصية مع السيد المهندس / طارق هاشم عبد القادر، الرئيس التنفيذي لشركة كومباكت سوفت بتاريخ ٢٠١٠/٤/٧.

ويمكن تحديد أبعاد وعناصر المشكلة من خلال التساؤلات التالية :

- ١- ما مدى استخدام العميل أو المستفيد لشبكة الانترنت في مجال الشراء للسلع والخدمات ؟
- ٢- ما مدى استفادة العميل مستخدم شبكة الانترنت من الخدمات الحكومية الالكترونية ؟
- ٣- ما هي المعوقات التي تقابل العميل المصري مستخدم شبكة الانترنت في مجال الشراء الالكتروني للبرمجيات ؟
- ٤- ما مدى تواجد الضوابط القانونية التي تتناسب مع الجوانب الفنية للتسويق الالكتروني للبرمجيات المصرية ؟
- ٥- ما هي الصعوبات التي تواجه التمويل البنكي لصناعة البرمجيات المصرية ؟
- ٦- ما هي خصائص المحتوى الالكتروني لموقع تسويق البرمجيات ؟
- ٧- ما هي خصائص البرمجيات المتاحة للتسويق الالكتروني ؟
- ٨- ما مدى أهمية الخصائص الديموغرافية للمستخدم ؟
- ٩- ما هي أحدث الاتجاهات لتأمين عمليات التسويق الالكتروني للبرمجيات ؟
- ١٠- ما هي خصائص البيئة القانونية لعمليات التسويق الالكتروني للبرمجيات ؟
- ١١- ما مدى توافر شركات تكنولوجيا المعلومات المصرية القادرة على إنشاء موقع تطبيقات التجارة الالكترونية للبرمجيات ؟
- ١٢- ما مدى انتشار الوعي بين الأفراد والشركات لأهمية تطبيقات التجارة الالكترونية ؟
- ١٣- ما مدى توافر المصداقية في إتمام استلام البرمجيات في الوقت والتاريخ المتفق عليه ؟

٤/ أهمية الدراسة:-

٤/١ على المستوى الأكاديمي :-

قام الباحث بالإطلاع على العديد من الدراسات والأبحاث الخاصة بالتجارة الالكترونية من مختلف وجهات النظر الإدارية والمحاسبية والتكنولوجية بالتطبيق على أنواع عديدة من السلع والخدمات ، ونظرًا لحداثة هذا المجال فان ما حفلت به المكتبة العربية من الدراسات لا يقارن ب المجالات المعرفة الأخرى خاصة في مجال البرمجيات الذي يعتبر من المجالات الحيوية التي من الممكن أن تحقق طفرة في التنمية الاقتصادية على مستوى شركات القطاع الخاص والقطاع الحكومي بمصر، ويأمل الباحث أن تسهم دراسته هذه في إلقاء الضوء على التجارة الإلكترونية في مصر من حيث وضع إطار مقتراح لتطبيقها والتي تهدف إلى تعظيم فرصة القطاع الخاص والاستفادة من الإمكانيات الهائلة التي تتيحها شبكة الانترنت وكذلك

دراسة المعوقات المختلفة التي تواجهها التجارة الإلكترونية للبرمجيات بمصر وذلك لوضع التوصيات والاقتراحات للتغلب على هذه المعوقات، كما يأمل (الباحث) أن تكون هذه الدراسة نواه لدراسات أكاديمية أخرى في مجالات التجارة الإلكترونية المتعددة الجوانب التسويقية والقانونية والمالية والإنتاجية والإدارية والتكنولوجية.

٢/٤ على المستوى التطبيقي :

تسعى الدراسة أيضاً إلى التعرف على العناصر المؤثرة على سلوك المستهلك المصري مستخدم شبكة الإنترنت عند قيامه بالشراء المباشر للبرامج من خلال موقع الشركات المختلفة، حيث تشير الدلائل إلى الزيادة المطردة في استخدام شبكة الإنترنت في مصر نظراً لقيام الحكومة المصرية بتشجيع انتشار خدمة الإنترنت.

و الجدول التالي يوضح تطور زيادة مستخدمين الانترنت ونسبتهم في مصر^(١)

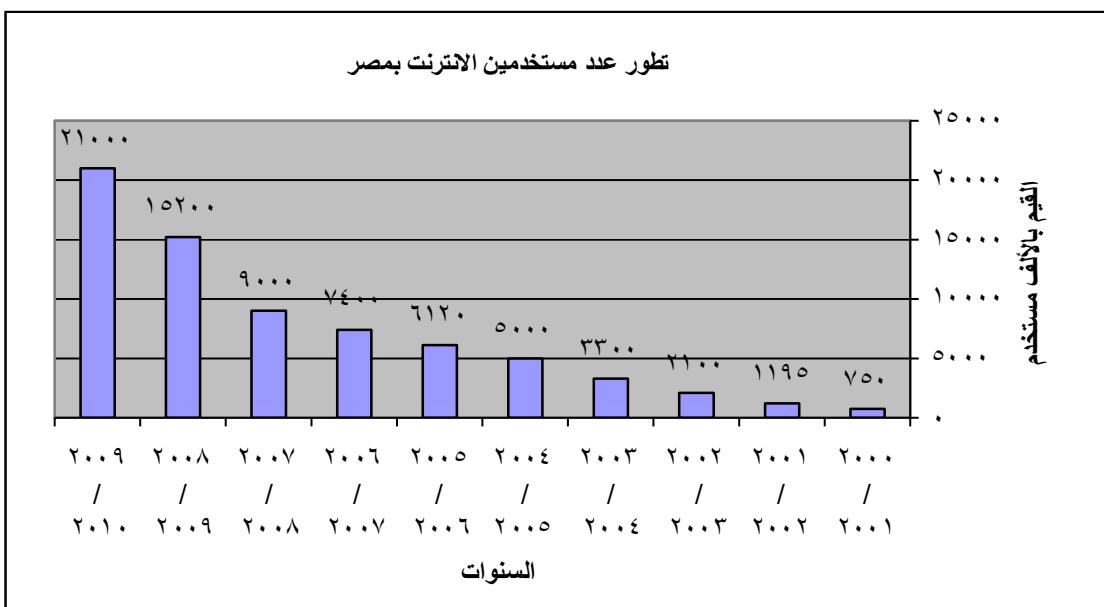
جدول رقم (١)

تطور زيادة مستخدمين الانترنت بمصر

| السن م | السنة | عدد المستخدمين (ألف مستخدم) | النسبة المئوية |
|----------------|-------------|-----------------------------|----------------|
| ١ | ٢٠٠١ / ٢٠٠٠ | ٧٥٠ | % ١٠٥ |
| ٢ | ٢٠٠٢ / ٢٠٠١ | ١١٩٥ | % ١٨٢ |
| ٣ | ٢٠٠٣ / ٢٠٠٢ | ٢١٠٠ | % ٢٠٨١ |
| ٤ | ٢٠٠٤ / ٢٠٠٣ | ٣٣٠٠ | % ٤٦٤ |
| ٥ | ٢٠٠٥ / ٢٠٠٤ | ٥٠٠٠ | % ٧٧.٣ |
| ٦ | ٢٠٠٦ / ٢٠٠٥ | ٦١٢٠ | % ٨٦.١ |
| ٧ | ٢٠٠٧ / ٢٠٠٦ | ٧٤٠٠ | % ١٠٤١ |
| ٨ | ٢٠٠٨ / ٢٠٠٧ | ٩٠٠٠ | % ١٢٦٦ |
| ٩ | ٢٠٠٩ / ٢٠٠٨ | ١٥٢٠٠ | % ٢١٣٨ |
| ١٠ | ٢٠١٠ / ٢٠٠٩ | ٢١٠٠٠ | % ٢٩٥٥ |
| المجموع | | | % ١٠٠ |
| ٧١٠٦٥ | | | |

ويشير الجدول السابق إلى تزايد أعداد مستخدمي الانترنت في مصر حيث بلغ معدل النمو في العام ٢٠٠١/٢٠٠٠ حوالي % ١٠٥ ، تزايد إلى أن وصل ٢٨.١ مثل وفي نهاية الفترة ٢٠١٠/٢٠٠٩ بلغ معدل النمو % ٢٩.٥٥

(١) بوابة معلومات مصر ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، مرجع سبق ذكره، يناير ٢٠٠٩ .



شكل رقم (١) (١)

تطور نسبة زيادة مستخدمي الانترنت بمصر

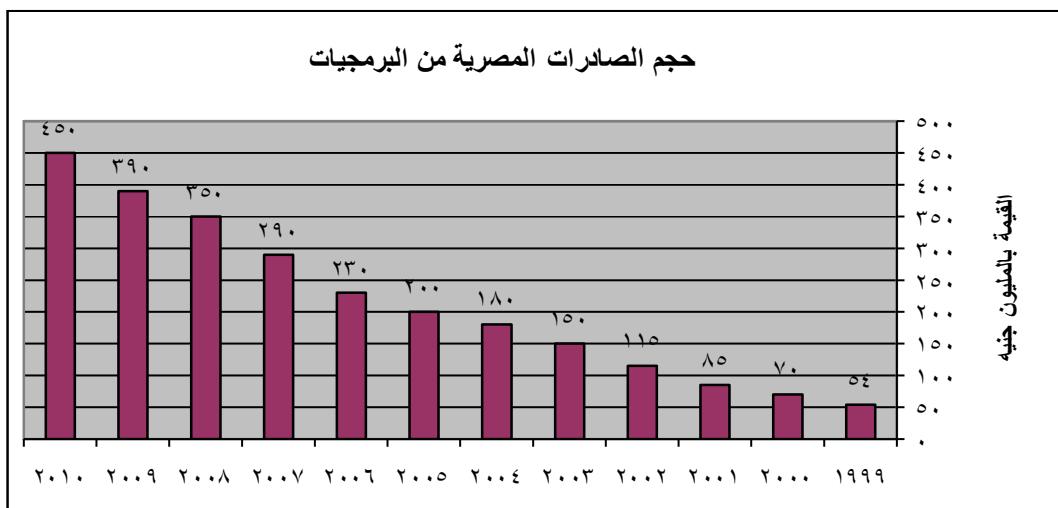
كما تسعى الدراسة إلى إلقاء الضوء لنقديم بعض إسهامات لكل من:

- ١ - الهيئات والمؤسسات الحكومية المعنية لتبين العوامل المؤثرة على نمو التجارة الإلكترونية في المجالات المختلفة، التسويقية والفنية والتشريعية والمالية والتي تناسب بيئة الأعمال الإلكترونية المصرية، الأمر الذي يفعل قناعة هذه الهيئات بأهمية هذا الدور مما ينعكس شرعاً في هذا الصدد.
 - ٢ - شركات البرمجيات المصرية والتي لديها الرغبة في إنشاء موقع لتجارة الإلكترونية والشركات التي لديها موقع للتجارة الإلكترونية بالفعل من حيث التعريف بالعوامل المؤثرة على اتخاذ المستهلك المصري قرار شراء السلع والخدمات مع وضع إطار مقترن للتجارة الإلكترونية أخذًا في الاعتبار التجارب السابقة في هذا المجال.
 - ٣ - البنوك المصرية والتي تلعب دوراً فاعلاً في التجارة الإلكترونية خاصة وفي الجانب الخاص بالدفع والتحويل الإلكتروني المؤمن تأميناً كاملاً ضد السرقات الإلكترونية.
- وذلك في ضوء تنامي حجم وأهمية البرمجيات في مصر والعالم حيث بلغ حجم الصادرات المصرية من البرمجيات ٤٥٠ مليون جنيه عام ٢٠١٠ وعدد الشركات حوالي ١٢٥ شركة، وأيضاً تنامي الاهتمام الأكاديمي لهذا المجال في الجامعات المصرية حيث

(١) من إعداد الباحث

تخرج أكثر من ٢٠٠ ألف متخصص في تقنية المعلومات، منهم ٢٠ ألف على الأقل يعملون في مجال صناعة البرمجيات^(١)

والشكل التالي يوضح حجم الصادرات المصرية من البرمجيات من عام ١٩٩٩ إلى عام ٢٠١٠^(٢):



شكل رقم (٢)

حجم الصادرات المصرية من البرمجيات

ويوضح الشكل السابق أن حجم الصادرات من البرمجيات المصرية في ازدياد ملحوظ حيث بلغ في عام ٢٠٠٠ حوالي ٧٠ مليون جنيه مصرى وفي نهاية عام ٢٠١١ سوف يصل تقريرياً إلى ٦٥٠ مليون جنيه مصرى.

وأخيراً تسعى الدراسة التي تقديم نموذج مقترن للتطبيق الفعال للتجارة الإلكترونية على صناعة البرمجيات بما يناسب البيئة المصرية مع الأخذ في الاعتبار تجارب الدول الأخرى.

ومن واقع عمل الباحث الأكاديمي في مجال تكنولوجيا المعلومات والشبكات فإن بحثه في هذا المجال يثير ولا شك خلفيته العلمية من خلال تفاعل الدراسة الأكاديمية مع الدراسة التطبيقية.

(١) هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات، يناير ٢٠١٠ www.ITIDA.gov.eg

(٢) نشرة الاتحاد الأوروبي في تقنية المعلومات والاتصالات، يناير ٢٠١٠ .