

١ / 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 تغلغت 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 جذرياً وشاملاً^(١).

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

وقد أسهمت 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 وتتسع آثار هذه الثورة المعلوماتية والاتصالية لتشمل قطاعات النشاط والإنتاج والتبادل والعلاقات العامة بالمنظمات وقد بدأت هذه التغيرات تحدث تحولات متسارعة 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 الإنترنت التي كانت غير متاحة حتى أوائل التسعينات إلا للأكاديميين فقط، أما اليوم فأصبح الاهتمام بالإنترنت يتزايد على نطاق

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

(2) 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 تزايدت استخدامات التجارة الإلكترونية خلال السنوات القليلة الماضية زيادة مطردة وتضخم حجم المعاملات الإلكترونية، ومن ثم تغير المزيج التسويقي واستراتيجيات التسويق التقليدية، حيث أتاحت الشبكة خدمات البيع والشراء الإلكتروني طوال الأربع والعشرون ساعة وعلى مدار جميع أيام العام بغض النظر عن مواقيت العمل التقليدية والأجازات المختلفة^(٢)

وتسهم التجارة الإلكترونية في زيادة كفاءة تخصيص الموارد وتدعيم النمو الاقتصادي وتنوع منتجات السوق وزيادة الرفاهية الاقتصادية، كما تقدم خدماتها في مجالات السياسات المتعلقة بالبنية الأساسية لقطاع الخدمات ومنها نظام الاتصالات والتمويل والسداد والتوزيع والتسليم^(٣)، والتي بدورها تسهم في تشكيل المزايا المادية التي تعود على الأفراد والقطاع الخاص والحكومة من الإنترنت والتجارة الإلكترونية، ولا شك أن توافر بيئة قانونية مشجعة تفجر طاقات القطاع الخاص نحو الابتكار وقيادة مسيرة تطوير التجارة الإلكترونية^(٤)

٢/١ الدراسة الاستطلاعية:-

قام الباحث بإجراء مقابلات شخصية مع بعض المسؤولين بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء والمجلس السلعي للبرمجيات وهيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات "ايتيدا"، ومن تحليل الدراسة الاستطلاعية أمكن الحصول على الظواهر أو المؤشرات وكان من أهم نتائجها ما يلي:-

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)

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

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

(3) 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 السلعي للبرمجيات السابق ورئيس مجلس إدارة شركة أس آي تكنولوجيا 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، مصرفية وتسويقية) تواجه صناعة البرمجيات في مصر.^(١)
- ٤- الاهتمام بالمحادثة وتنزيل 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 خوفا 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)

٣/١ 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 الالكترونية 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 لهيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات "ايتيدا" 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 النيل للبرمجيات بتاريخ ٢٠٠٩/٨/١٧.

(٤) مقابلة شخصية مع السيد الدكتور / ناجي رمضان درويش، أستاذ نظم المعلومات بمعهد الإحصاء - جامعة القاهرة وعضو لجنة بحوث التسويق بالمجلس السلمي 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 والسلع 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 الديموجرافية 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 مواقع 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 ؟

٤/١ أهمية الدراسة :-

١/٤/١ على المستوى الأكاديمي :-

قام الباحث بالإطلاع على العديد من الدراسات والأبحاث الخاصة بالتجارة الالكترونية من مختلف جهات النظر الإدارية والمحاسبية والتكنولوجية بالتطبيق على أنواع عديدة من السلع والخدمات ، ونظرا لحدثة هذا المجال فان ما حفلت به المكتبة العربية من الدراسات لا يقارن بمجالات 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 مقترح لتطبيقها والتي تهدف إلى تعظيم فرصة القطاع الخاص والاستفادة من الإمكانيات الهائلة التي تتيحها شبكة الإنترنت 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 نواة لدراسات أكاديمية أخرى في مجالات التجارة الإلكترونية المتعددة الجوانب التسويقية والقانونية والمالية والإنتاجية والإدارية والتكنولوجية.

٢/٤/١ على المستوى التطبيقي :-

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

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

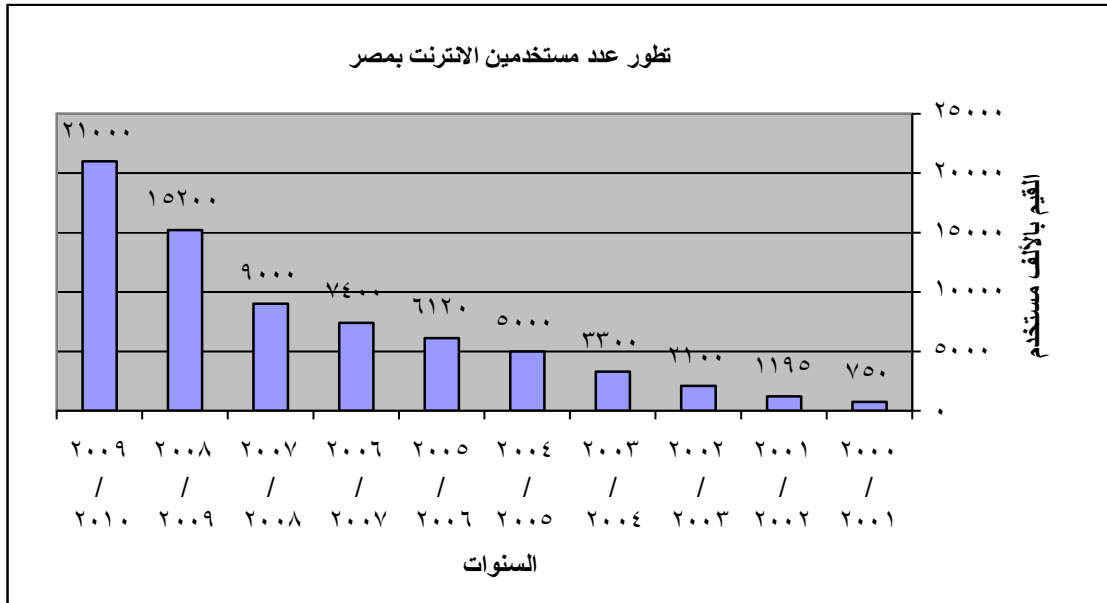
جدول رقم (١)

تطور زيادة مستخدمي الانترنت بمصر

م	السنة	عدد المستخدمين (ألف مستخدم)	النسبة المئوية
١	٢٠٠١ / ٢٠٠٠	٧٥٠	%١.٠٥
٢	٢٠٠٢ / ٢٠٠١	١١٩٥	%١.٨٢
٣	٢٠٠٣ / ٢٠٠٢	٢١٠٠	%٢.٨١
٤	٢٠٠٤ / ٢٠٠٣	٣٣٠٠	%٤.٦٤
٥	٢٠٠٥ / ٢٠٠٤	٥٠٠٠	%٧.٣
٦	٢٠٠٦ / ٢٠٠٥	٦١٢٠	%٨.٦١
٧	٢٠٠٧ / ٢٠٠٦	٧٤٠٠	%١٠.٤١
٨	٢٠٠٨ / ٢٠٠٧	٩٠٠٠	%١٢.٦٦
٩	٢٠٠٩ / ٢٠٠٨	١٥٢٠٠	%٢١.٣٨
١٠	٢٠١٠ / ٢٠٠٩	٢١٠٠٠	%٢٩.٥٥
المجموع		٧١٠٦٥	%١٠٠

ويشير الجدول السابق إلى تزايد أعداد مستخدمي الانترنت في مصر حيث بلغ معدل النمو في العام ٢٠٠١/٢٠٠٠ حوالي ١.٠٥%، 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 الإنترنت بمصر

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

١- الهيئات والمؤسسات الحكومية المعنية لتبيان 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 تشريعياً في هذا الصدد.

٢- شركات البرمجيات المصرية والتي لديها الرغبة في إنشاء موقع لتجارة الإلكترونية والشركات التي لديها مواقع للتجارة الإلكترونية بالفعل من حيث التعريف بالعوامل المؤثرة على اتخاذ المستهلك المصري قرار شراء السلع والخدمات مع وضع إطار مقترح للتجارة الإلكترونية أخذاً في الاعتبار التجارب السابقة في هذا المجال.

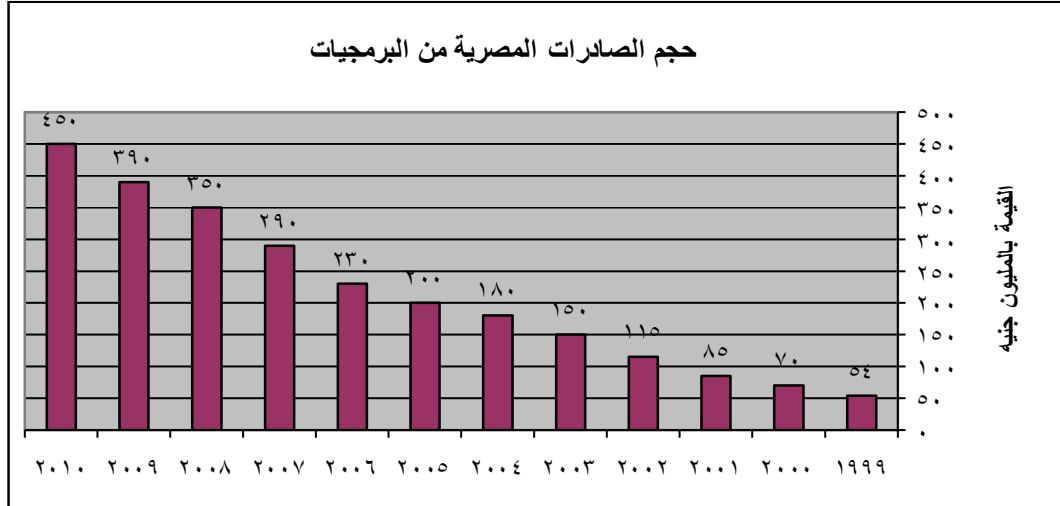
٣- البنوك المصرية والتي تلعب دوراً فاعلاً في التجارة الإلكترونية خاصة وفي الجانب الخاص بالدفع والتحويل الإلكتروني المؤمن تأميناً كاملاً ضد السرقات الإلكترونية.

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 ١٢٥٠ 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 مصري وفي نهاية عام ٢٠١١ سوف يصل تقريبا إلى ٦٥٠ مليون جنيه مصري.

وأخيرا تسعى الدراسة التي تقديم نموذج مقترح 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 يثري 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.