

رابعاً : آثار التجارة الإلكترونية لمدينة دمياط :

لم يعد دخول مجال التجارة الإلكترونية اختياراً اقتصادياً فقط بل ضرورة يجب الخوض فيها ، حيث إن التأخير في تطبيق إستراتيجيات متكاملة لها لا يؤدي فقط إلى التهميش الاقتصادي في ظل اقتصاد عالمي تتزايد فيه حجم المعاملات التجارية الإلكترونية ، وإنما إلى المزيد من التدهور والتنافس الاقتصادي بسبب تناقص الصادرات (على فلاق ومحمد بولصنام ٢٠١٢ ص ٢٥) .

وتحقق التجارة الإلكترونية لمدينة دمياط العديد من المزايا في الجوانب التالية :

١- زيادة فرص معدلات الصادرات .

٢- المساهمة في دعم التنمية الاقتصادية للمشروعات المتوسطة والصغيرة .

٣- دعم القطاعات التقنية .

٤- توفير فرص عمل .

١ - زيادة فرص معدلات الصادرات :

توفر التجارة الإلكترونية سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية وإمكانية التسوق للسلع والخدمات عالمياً وبتكلفة محدودة في وقت قصير ، وبالتالي دعم التجارة الخارجية للدولة ككل ، كذلك إمكانية تحليل الأسواق والاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين ، حيث هيأت تقنية المعلومات الحديثة عبر شبكة الإنترنت وسيلة الاتصال المفقودة بين المستهلكين والمنتجين ، وبذلك أسهمت في زوال العقبات الجغرافية ، حيث أثبتت الدراسات القياسية أن الزيادة في استخدام الإنترنت بمقدار ١٠% يؤدي إلى نمو الصادرات بمقدار ١٠.٧% ، والواردات بمقدار ١.١% (Barbara & el . al, 2000,p.119) .

ونستنتج من الجدول (٤) والشكل (٥) التاليين ما يلي :

- إسهام شبكة الإنترنت في توفير عدد من الفرص التجارية للسوق المصرية بلغت ١٢٦٦١ فرصة حتى عام ٢٠١٤ موزعة بين الصادرات والواردات بنسبة ٢ : ١ تقريباً.



- تم الاستفادة من هذه الفرص التجارية على المستوى القومى بما يزيد على النصف بقليل بنسبة ٥٥.٠٩ % فقط ، حيث استفادت الصادرات منها بنسبة ٦٧.٦ % والواردات بنسبة ٢٩.٤ % .
- استفاد السوق فى مدينة دمياط منها بعدد ٩١٥ فرصة أي بنسبة ١٣.١ % منها ٧٧٢ فرصة للصادرات بنسبة ١٢.٦ % من إجمالي الفرص المحققة و ١٤٣ فرصة للواردات بنسبة ١١.٥ % .

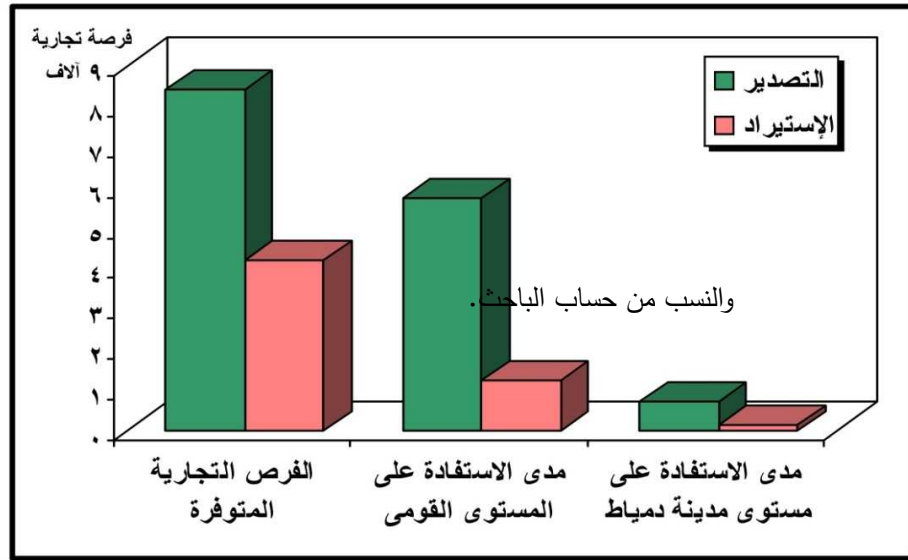
جدول (٤) نصيب مدينة دمياط من الفرص التجارية التى وفرتها شبكة الإنترنت

للسوق المصرية حتى عام ٢٠١٤

النوع	العدد	مدي الاستفادة علي المستوى			
		القومي		مدينة دمياط	
		العدد	%	العدد	%
تصدير	٨٤٣٩	٥٧٣٥	٦٧.٦	٧٧٢	١٢.٦
استيراد	٤٢٢٢	١٢٤٠	٢٩.٤	١٤٣	١١.٥
الإجمالي	١٢٦٦١	٦٩٧٥	٥٥.٠٥	٩١٥	١٣.١

المصدر :من اعداد الباحث اعتمادا على بيانات: نقطة التجارة الدولية بغرفة التجارة ، ٢٠١٤ ،





المصدر من إعداد الباحث اعتمادا على جدول (٤).

شكل (٥) نصيب مدينة دمياط من الفرص التجارية التي وفرتها شبكة الإنترنت

للسوق المصرية حتى عام ٢٠١٤

٢- الإسهام في دعم التنمية الاقتصادية للمشروعات المتوسطة والصغيرة :

تلزم المشروعات المتوسطة والصغيرة موارد اقتصادية محدودة للوصول إلى الأسواق الدولية من خلال التجارة الإلكترونية التي تحقق لها القدرة على المشاركة في حركة التجارة الخارجية بكفاءة من خلال ما يلي :

- خفض تكاليف التسويق والدعاية والإعلان .

- توفير الوقت والمكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية (نهلة مقررارى ، ٢٠٠١، ص١٣) .

وما سبق يسهم في مجال التنمية الاقتصادية ، حيث تشير عدد من الدراسات الاقتصادية إلى أن انخفاض تكاليف العمليات التجارية عبر التجارة الإلكترونية يمكن أن يؤدي إلى زيادة دائمة في



ناتج اقتصاديات الدول المتقدمة بمتوسط ٥ % على مدى السنوات العشر القادمة ، وقد وصلت نسبة الشركات العاملة في مجال التجارة الإلكترونية في مصر إلى ١٢ % من إجمالي الشركات، ويتخصص معظمها في مجال التسويق والتوزيع (حسن عمران ، ٢٠١٤ ، ص ٩٨) .

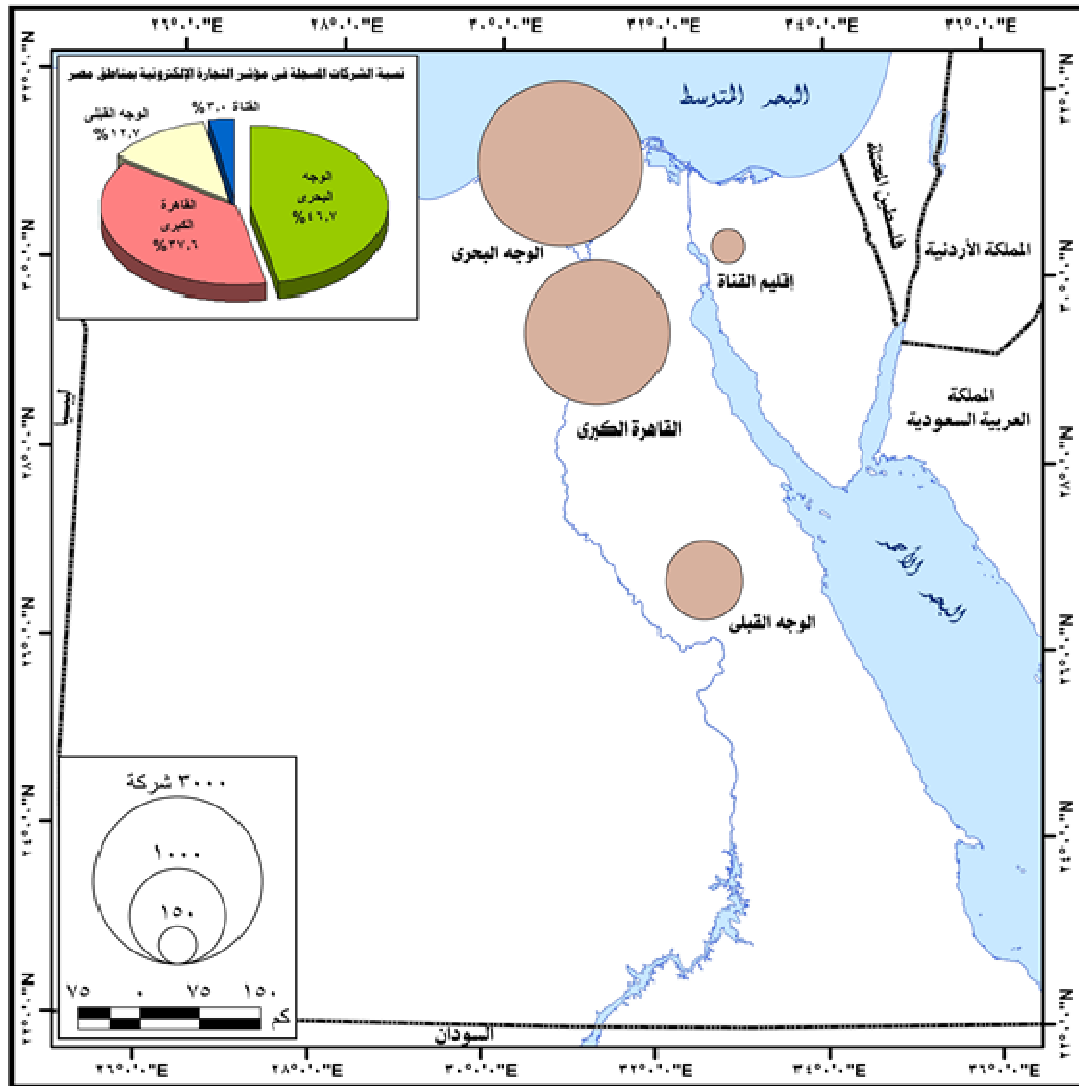
ويوضح الجدول (٥) نصيب مدينة دمياط من أعداد الشركات الرئيسية المسجلة في مؤشر التجارة الإلكترونية في مصر التابعة لنقطة التجارة الدولية حتى عام ٢٠١٤ كما يوضح شكل (٦) التوزيع الجغرافي لهذه الشركات في مصر علي مستوي المناطق حتى عام ٢٠١٤ .

جدول (٥) نصيب مدينة دمياط من أعداد الشركات الرئيسية المسجلة في مؤشر التجارة الإلكترونية في مصر التابعة لنقطة التجارة الدولية حتى عام ٢٠١٤

منطقة	الدلتا	القاهرة الكبرى	الصعيد	القناة	الإجمالي	دمياط
العدد/شركة	٢٩٣٧	٢٣٦٥	٧٩٨	١٨٧	٦٢٨٧	٤٩٠
%	٤٦.٧	٣٧.٦	١٢.٧	٣.٠	١٠٠	٧.٨

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على بيانات نقطة التجارة الدولية بغرفة التجارة ، ٢٠١٤ ، والنسب من حساب الباحث .





المصدر : من إعداد الباحث اعتمادا على الجدول (٥) .

شكل (٦) التوزيع الجغرافي للشركات الرئيسية المسجلة في مؤشر التجارة الإلكترونية في مصر التابعة لنقطة التجارة الدولية علي مستوي الأقاليم حتى عام ٢٠١٤ .



ويتضح من الجدول والشكل السابقين أن شبكة الإنترنت ساهمت في إنشاء شركات تجارية في مختلف المحافظات بعدد ٦٢٨٧ شركة حتى عام ٢٠١٤ ، وقد تركز ما يقرب من نصفها في محافظات الدلتا ، بينما استأثرت القاهرة الكبرى بنسبة تزيد على الثلث ، وأما الصعيد ومحافظات القناة فقد تم إنشاء عدد أقل من الشركات بهما بنسبة ١٢.٧ و ٣% بالترتيب .

واستفادت مدينة دمياط من شبكة الإنترنت حيث تم إنشاء ٤٩٠ شركة تجارية بها حتى عام ٢٠١٤ بما يمثل ٧.٨% من إجمالي الشركات التجارية في مصر ، و ١٦.٧% من إجمالي الشركات التجارية التي تم إنشاؤها في الوجه البحري ، وتعد أيضا مدينة العاشر من رمضان من أبرز مدن الوجه البحري في مجال الاستفادة من شبكة الإنترنت في مجال التجارة الإلكترونية حيث أنشئ بها ٨١٠ شركة بنسبة ١٢.٩% من إجمالي الشركات على المستوى القومي ، و ٣٨.١% من إجمالي الشركات على مستوى الوجه البحري (حسن عمران ، ٢٠١٤ ، ص ١٢ و ١٣) . وتتوزع الشركات التي لديها مواقع علي شبكة الإنترنت في مصر ما بين ٥٩% شركات كبيرة ، و ٤١% شركات متوسطة ، و ١٣% شركات صغيرة (وزارة الاتصالات، ٢٠١٤) .

٣- دعم القطاعات التقنية :

يؤدي انتشار التجارة الإلكترونية إلى إيجاد مناخ ملائم لظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصالات ، وذلك لدعم البنية التحتية الإلكترونية لتطبيقات التجارة عبر شبكة الإنترنت (Businesses manage E- Commerce Risks , 2001 , P.14) .

ومع تطور التجارة الإلكترونية ونموها وانتشار استخدامها في التعاملات التجارية ، تصبح هناك فرصا استثمارية لتوجيه رسائل للاستثمار في مجال تطوير البنية التحتية الإلكترونية ، والاستثمار في الخدمات المصاحبة لقطاع تقنية المعلومات والاتصالات ، وهو الأمر الذي يؤدي إلى توطيد قطاعات تكنولوجية متقدمة تدعم الاقتصاد المحلي والوطني (محمد عرفة، ٢٠٠٩ ، ص ص ٤٣-٣٦) .



وقد بدأت تتوطن في مدينة دمياط تقنية المعلومات والاتصالات حيث أنشئ فيها ١٩ شركة تعمل في هذا المجال حتى عام ٢٠١٤ ، لتقوم بتصميم مواقع الإنترنت ، وإشهارها ، والتسويق الإلكتروني للسلع والخدمات ، وتوزيع خطوط الإنترنت .

وتقوم هذه الشركات بالتسويق الإلكتروني في مدينة دمياط عن طريق ما يلي :

- مواقع الإعلانات المجانية على الإنترنت .
- المنتديات العامة والمتخصصة .
- أدلة وفهارس مواقع الإنترنت.
- صفحات ومجموعات Groups الموقع .
- المواقع الاجتماعية .
- مواقع الفيديوها .
- الإعلان بالنقرات بمحركات البحث .
- النقرات بالمواقع الاجتماعية .
- مواقع الاعلانات المدفوعة .
- المدونات .
- المجلات والصحف .

وتعتمد هذه الشركات في تقديم خدمة الإنترنت على نظام DSL Digital subscriber " line من خلال توصيل الخدمات الرقمية عبر خطوط شبكات الهاتف العادية المصنوعة من النحاس ، وتصل حدود سرعة خدمة DSL من ١٢٨ إلى ٢٤٠٠٠ كيلوبت بالثانية "كيلوبت بالثانية : هي وحدة قياس سرعة البيانات بالشبكات وتختصر Kb/s " بناء على مزود الخدمة. (دراسة ميدانية ، ٢٠١٤) ويبلغ عدد خطوط الهاتف الأرضي في مدينة دمياط عام ٢٠١٤ ١٢٨٤٣٠ خط منها ٩٠ ألف خط للمنازل والباقي بالمصانع والورش (الشركة المصرية للاتصالات، ٢٠١٤) .



ويوجد اتجاه في مدينة دمياط نحو توفير الإنترنت المجاني في المواقع الحيوية مع رفع كفاءة سرعته ، وبدأت الشركة المصرية للاتصالات بالاتفاق مع شركات الإنترنت في الاستثمار بالبنية التحتية للبرودباند " Broad band " الاتصال عريض النطاق وهو الدخول على الإنترنت بمجرد تشغيل الحاسب الخاص " ، وتكنولوجيا الألياف الضوئية حتى تصل خدمة الإنترنت بجودة كبيرة وسرعة عالية حيث تتيح هذه البنية خدمة البستريم " الألياف الضوئية " فى الخطوط الرئيسية بدلا من استخدام الكابلات النحاسية (الشركة المصرية للاتصالات ، ٢٠١٤).

٤- توفير فرص عمل :

تعانى العديد من المجتمعات من مشكلة البطالة بصورة نسبية نتيجة عدم توافر فرص عمل تستوعب الأيدي العاملة ، ومنها المجتمع المصرى (مجلس الوزراء المصرى ٢٠١٠ ، ص ٤) ، فقد جاء فى تقرير لمنظمة العمل الدولية أن معدل البطالة بين الشباب المصرى " من هم تحت سن ٣٠ عاما " بلغ ١٣.١ % (منظمة العمل الدولية ٢٠١٥ ، ص ٩ و ١٠) ، بينما قدرها الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء ١٣.٤ % لعام ٢٠١٤ من إجمالي قوة العمل ، وبلغت نسبة البطالة في محافظة دمياط ٦ % فقط ، وهي بذلك تعد أدنى معدل بين المحافظات بسبب تعدد أنشطتها الاقتصادية إلى جانب الخدمة (الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء ، ٢٠١٥) . وقد ساهمت التجارة الإلكترونية فى تحقيق بعض المزايا فى مجال توفير فرص العمل بمدينة دمياط من ناحيتين ، وهما :

الأولى : توفير فرص جديدة للعمل :

تتيح التجارة الإلكترونية إقامة مشروعات برؤوس أموال صغيرة ومتوسطة للأفراد مع ربطها بالأسواق الخارجية بتكلفة محدودة ، لاسيما تجارة الخدمات التى تتوفر فيها إلهة للأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستوى الداخلى والخارجى دون الحاجة إلى الانتقال ، وهو ما سمح لهم بدخول مجال الأعمال الحرة . واستخدام التجارة الإلكترونية من شأنه أن يؤدى إلى فقد عدد من الوظائف التقليدية لإحلال الوظائف المهارية الجديدة محلها ، الأمر الذى يتطلب الاهتمام



بتدريب العمالة على استخدام التقنية حتى تستطيع أن تنافس على الوظائف الجديدة ، وهذا يعنى أن التجارة الإلكترونية تؤثر سلبا على الوظائف اليدوية وعلى العمالة غير المؤهلة ، لكنها فى الوقت نفسه تؤثر إيجابا على العمالة المدربة تقنيا حيث تستطيع أن تجد وظائف مناسبة بسهولة (إسراء الجفرى ، ٢٠٠٣ ، ص ٩٢) .

الثانية : استخدام مسميات وظيفية وتخصصات لم تكن مطلوبة أو معروفة من قبل :

وفرت التجارة الإلكترونية فرصا وظيفية فى العديد من المجالات المختلفة ذات الصلة بتطبيقاتها مثل : المتخصصين فى إنشاء المواقع التجارية الإلكترونية ، والعاملين والإداريين والفنيين فى المتاجر الإلكترونية بالإضافة إلى توفير فرص عمل فى قطاع تقنية المعلومات والاتصالات التى تعتمد عليها التجارة الإلكترونية والعاملين والإداريين والفنيين فى المتاجر الإلكترونية بالإضافة إلى توفير فرص عمل فى قطاع تقنية المعلومات والاتصالات التى تعتمد عليها التجارة الإلكترونية من متخصصى الشبكات والبرامج اللازمة لتطبيقاتها فعلى سبيل المثال فى حالة إنشاء شركة جديدة تعمل فى مجال الإنترنت والتجارة الإلكترونية ، فإنه فى هذه الحالة يكون مطلوب لدينا عدد أربعة موظفين بصورة أساسية ، وهم :

أ - مدير الشبكة Network Administrator : يقوم بالعمل الإداري ومراقبة وتطوير الشبكة والنسخ الاحتياطي اليومي وتقييم برامج إدارة الشركة .

ب - مدير النظام system Administrator : يقوم بتنصيب البرامج وتحديثها وإزالتها وتنصيب تحديثات لأنظمة التشغيل والبرامج الرئيسية بالشبكة مع تثبيت الأجهزة الأخرى (طابعات - روترات) ومراقبة أداء المستخدمين وتوزيع الأعمال .

ج - مهندس النظام System Engineer : ويتولى تصميم وتطوير وإعداد نظم التشغيل والبرامج فى الشبكة .



د - مهندس الشبكة Network Engineer : وهو مسئول عن تصميم وتركيب الشبكة بالشركة وعمله يعتمد بشكل أساسي على العمل الميداني ويصل عدد المتخصصين في هذه المجالات في مدينة دمياط ٥٧ مهندساً عام ٢٠١٤ (دراسة ميدانية) .

برنامج التحليل الرباعي Swot Analysis^(١) :

يعد برنامج التحليل الرباعي نموذجاً مبسطاً لتحليل أحد الأنشطة في مكان ما بشكل موضوعي وواقعي ، حيث يتم تحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات في هذا النشاط حتى يمكن اتخاذ الأساليب السليمة للتخلص من نقاط الضغط والتهديدات في مقابل زيادة نقاط القوة والاستثمار للفرص الموجودة فعلاً والمتوقع حدوثها (عادل رزق ، ٢٠٠٦ ، ص ص ٢٠٤-٢٠٧) .

ويمكن استخدام التحليل الرباعي swot في مجال التجارة الإلكترونية في مدينة دمياط من خلال تحديد جوانبه الأربعة ، كما يلي :

- القوة : تتمثل في مدينة دمياط في الموارد الطبيعية والبشرية مجال الاستثمار ، ونحددها في النقاط التالية :

- تنوع المنتجات وأهمها (الأثاث والألبان والمنسوجات والجلود) .
- جودة المنتجات على المستوى الداخلي والخارجي .
- القدرة على الإبداع من خلال العمالة الماهرة المدربة .
- نظام تسويقي متميز ومتنوع داخل مصر وخارجها .

^(١) ينقسم التحليل الرباعي بناء على حروفه الأربعة S -W- O -T : إلى القوة Strengths وتمثل عناصر القوة في النشاط ، والضعف Weaknesses ويشير إلى عناصر الضعف بداخله ، والفرص Opportunities وتأتي من خارج النشاط وتؤدي إلى تطوره ؛ والتهديدات Threats وتأتي أيضاً من خارج النشاط وتتسبب في تراجعها (المزيد من التفاصيل راجع : عادل رزق ، ٢٠٠٦ ، ص ص ٢٠٤-٢٠٧) .



- انتشار كبير لمنتجات المدينة .
- وجود قاعدة جيدة من المستهلكين .
- عناصر الضعف ، تتمثل في الآتي :
- نقص عنصر الأمان في مواصفات المنتج ، وفي المعاملات والعقود .
- تقادم التقنية المستخدمة في إنتاج عدد من السلع .
- قلة توافر الخدمات الخاصة بشبكة الإنترنت في عدد من المناطق .
- قلة الخبرة بأبعاد التجارة الإلكترونية .
- الفرص المتوفرة :
- توفر المنتج للتسويق من خلال التجارة الإلكترونية .
- وجود شبكة اتصالات قابلة للتطوير .
- وفرة الفنيين المؤهلين للتعامل مع شبكة الإنترنت .
- إمكانية الاستفادة من انتشار الحاسب الإلي في مجال التسويق .
- الاستفادة من التطور المستمر للمنتجات رغبة في الدخول لأسواق جديدة .
- وجود خطة لتحسين شبكات النقل ومرافئها .
- تنوع مصادر الدخل للأفراد .
- توفر الأراضي لبناء مناطق صناعية ومعارض تجارية .
- المخاطر والتحديات المحتملة : وقد تصيب نشاط التجارة الإلكترونية في مدينة دمياط بسبب عوامل خارجية أو داخلية ، وهى :
- التغير في متطلبات السوق لتحول اتجاهات المستهلكين .
- ظهور قيود قانونية جديدة .
- ظهور منافسين جدد يحصلون على حصص من السوق .
- توافر منتجات بديلة .



ونستنتج من خلال العرض لجوانب تحليل SWot بالنسبة لنشاط التجارة الإلكترونية في مدينة دمياط توافر مصادر للقوة فيها يمكن الاستفادة منها ، مع تجنب مكامن الضعف والمخاطر الداخلية والخارجية ، والاستثمار الجيد للفرص المتوفرة أو المحتمل وجودها .

النتائج و التوصيات :

من خلال ما تقدم من دراسة التجارة الإلكترونية في مدينة دمياط من حيث : أبعادها ، والعوامل المؤثرة فيها ، وأهميتها محليا وخارجيا على الأسواق ، مع التوزيع الجغرافي لها ، ودراسة آثارها في مجال التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، يمكن استنتاج مجموعة من النتائج والتوصيات التي توصلت إليها هذه الدراسة على النحو التالي :

١- النتائج :

- تتسم التجارة الإلكترونية بمزايا عديدة أهمها : توسيع نطاق السوق ، وخفض المخزون للتصنيع المقابل للطلب ، ومساعدة الشركات الصغيرة والمتوسطة في التسويق وعرض المنتج بأسعار مناسبة ، ووجود مرونة بين المستهلك والمنتج في التعامل في أى وقت ومكان .
- يتطلب انتشار حركة التجارة الإلكترونية توافر شبكة اتصالات متطورة وفنيين مع دراسة حالة الأسواق وتوافر المنتج .
- تواجه البعض من مستخدمي الإنترنت في مجال التجارة الإلكترونية مشكلة اللغة، حيث إن كثيرا من المواقع والتعاملات التجارية الإلكترونية تكون باللغة الإنجليزية .
- عدم استخدام البعض لأدوات التعامل المالى الحديث واستمرارها بالتعاملات المالية التقليدية .
- قلة معرفة التشريعات التي تنظم التجارة الإلكترونية .
- توجد مخاطرة في التجارة الإلكترونية مع اختراق بعض المواقع التجارية وعدم توفر عنصر الأمان بالنسبة لطرق السداد .
- تتوفر العديد من العوامل التي تساعد على استخدام الإنترنت في تسويق السلع بمدينة دمياط.



- ساهمت التجارة الإلكترونية بمدينة دمياط فى تحسين مستوى المنتجات المحلية مع تنويع الصادرات والأسواق فى الداخل والخارج ودعم القطاعات التقنية وتوفير فرص عمل .

٢- التوصيات :

- تشجيع إقامة مواقع للتجارة الإلكترونية باللغة العربية مع الاهتمام بتدريس مادة اللغة الإنجليزية فى مراحل التعليم المختلفة .

- الاهتمام بالمستوى المادي للأفراد ورفع الأجور حتى تنتعش حركة السوق .

- إيجاد نظام آمن لوسائل الدفع من خلال تطويره ؛ مثل التأكد هاتفيا من إتمام عملية السداد، وقيام غرفة التجارة فى المحافظات بنشر أسماء وعناوين الأفراد والشركات ذوى الثقة فى تعاملاتهم داخل مصر وخارجها .

- الاهتمام من الجهات المسؤولة فى مصر بتطبيق قواعد حماية الملكية الفكرية من خلال الأخذ بالقوانين القوية ضد تسويق منتجات مقلدة .

- نشر الوعى بين الأفراد والتجار بالتشريعات القانونية الخاصة بالتجارة الإلكترونية من خلال وسائل الإعلام والغرف التجارية ، مع التوعية بأهميتها .



الملاحق

ملحق (١) أهداف استخدام الحاسب الإلي

الهدف	للترفيه	مرتبط بالوظيفة	استخدام برامج نظم خاصة	مرتبط بالتجارة	أخري	إجمالي
العدد	٢٣٨	٥٣	٨٦	١٣٣	٢٠	٥٣٠
%	٤٤	١٠	١٦.٢	٢٥.١	٣.٨	١٠٠

المصدر : من إعداد الباحث اعتمادا على إجابة السؤال (١) بالاستبيان.

ملحق (٢) متوسط ساعات استخدام الإنترنت

الزمن	١-	١	٢	٣	٤	+٥	الإجمالي
العدد	١٠٦	١١٣	١١٦	٧٦	٥٣	١٦	٥٣٠
%	٢٠	٢١.٣	٣١.٤	١٤.٣	١٠	٣	١٠٠

المصدر : من إعداد الباحث اعتمادا على إجابة السؤال (٢) في الاستبيان.

ملحق (٣) اللغة المفضلة للتصفح

اللغة	العربية	الإنجليزية
العدد	٤٤٧	٨٣
%	٨٣.٣	١٥.٧

المصدر : من إعداد الباحث اعتمادا على إجابة السؤال (٣) في الاستبيان



ملحق (٤) مدى أهمية التجارة الإلكترونية

الإجابة	هامة	غير هامة	لا أعرف	الإجمالي
العدد	٣١١	١٢١	٩٨	٥٣٠
%	٥٨.٧	٢٢.٨	١٨.٥	١٠٠

المصدر : من إعداد الباحث اعتمادا على إجابة السؤال (٤) في الاستبيان.

ملحق (٥) يعتبر العقد الإلكتروني عقدا قانونيا

الإجابة	نعم	لا	لا أعرف	الإجمالي
العدد	١١٠	١٢١	٢٩٩	٥٣٠
%	٢٠.٨	٢٢	٥٦.٤	١٠٠

المصدر : من إعداد الباحث اعتمادا على إجابة السؤال (٥) في الاستبيان.

ملحق (٦) استخدام شبكة الإنترنت في الحصول على منتجات مجانية

الإجابة	نعم	لا	الإجمالي
العدد	٥٠٠	٣٠	٥٣٠
%	٩٤.٣	٥.٧	١٠٠

المصدر : من إعداد الباحث اعتمادا على إجابة السؤال (٦) في الاستبيان



ملحق (٧) تجنب المشاركة في التسويق الإلكتروني

بيان	نعم	لا	أحيانا	الإجمالي
العدد	٢١٦	١٥٥	١٥٩	٥٣٠
%	٤٠.٨	٢٩.٢	٣٠	١٠٠

المصدر : من إعداد الباحث اعتمادا على إجابة السؤال (٧) في الاستبيان

ملحق (٨) فتح حسابا بنكيا إلكترونيا وبطاقة ائتمان أنترنت

بيان	نعم	لا	الإجمالي
العدد	٨٢	٤٨٨	٥٣٠
%	١٥.٥	٧٤.٥	١٠٠

المصدر : الجدول من إعداد الباحث اعتمادا على إجابة السؤال (٨) في الاستبيان.

ملحق (٩) استخدام التلفاز والهاتف في التسوق

بيان	قام بالتسوق	لم يرق بالتسوق	الإجمالي
العدد	٢٥٨	٢٧٢	٥٣٠
%	٤٨.٧	٥١.٢	١٠٠

المصدر : الجدول من إعداد الباحث اعتمادا على إجابة السؤال (٩) في الاستبيان.



ملحق (١٠) التسوق إلكترونيا باستخدام بطاقة ائتمان

بيان	قام بالتسوق	لم يتم بالتسوق	لا يملك بطاقة	الإجمالي
العدد	٦٥	١٧	٤٤٨	٥٣٠
%	١٢.٣	٣.٢	٨٤.٥	١٠٠

المصدر : الجدول من إعداد الباحث اعتمادا على إجابة السؤال (١٠) في الاستبيان.

ملحق (١١) المبلغ الذي تم التسوق به عبر شبكة الإنترنت

المبلغ	٢٠٠-	٢٠٠ : ٤٠٠	٤٠٠ +	لم يتم بالتسوق	الإجمالي
العدد	١٦٦	٩١	٨	٢٦٥	٥٣٠
%	٣١.٣	١٧.٢	١.٥	٥٠	١٠٠

المصدر : الجدول من إعداد الباحث اعتمادا على إجابة السؤال (١١) في الاستبيان.

ملحق (١٢) تكرار التسوق عبر شبكة الإنترنت

التكرار	لم يتم التسوق	مرة واحدة	مرتان	ثلاث مرات	أربع فأكثر	الإجمالي
العدد	٢٦٥	١٢٩	٦٠	٢٤	٥٣	٥٣٠
%	٥٠	٢٤.٣	١١.٣	٤.٤	١٠	١٠٠

المصدر : الجدول من إعداد الباحث اعتمادا على إجابة السؤال (١٢) في الاستبيان.



ملحق (١٣) شركات التسوق الإلكتروني في مدينة دمياط

الشركة	نفسك	جوميا	سوق	الإجمالي
العدد	١٩٣	١٨٣	١٥٤	٥٣٠
%	٣٦.٤	٣٤.٥	٢٩.١	١٠٠

المصدر : من إعداد الباحث اعتمادا إجابة السؤال (١٣) في الاستبيان.



ملحق (١٤) نموذج استبيان

جامعة قناة السويس

كلية الآداب بالعريش

قسم الجغرافيا

بحث عن : التجارة الالكترونية فى مدينة دمياط - دراسة فى الجغرافيا الاقتصادية .

ملحوظة : البيانات التى تكتب فى هذا النموذج تستخدم فقط فى الأغراض العلمية للباحث.

تاريخ الاستبيان : / / ٢٠١٤

تفضل بوضع علامة (Y) أما م الاجابة التى تناسبك أو أكمل الفراغات المحددة .

١ - الهدف من استخدام الحاسب الآلى هو :

الترفيه () - مرتبط بالوظيفة () - استخدام برامج نظم خاصة () - مرتبط بالتجارة

() - أخرى () وهي

٢- متوسط ساعات استخدام الإنترنت :

أقل من ساعة () - ١ () - ٢ () - ٣ () - ٤ () - ٥ فأكثر () .

٣- اللغة المفضلة للتصفح على شبكة الإنترنت هى :

العربية () - الإنجليزية () - أخرى () وهي.....

٤- هل تعتقد بأهمية التجارة الإلكترونية ؟

نعم () - لا () - لا أعرف () .

٥- هل يعتبر العقد الإلكتروني عقدا قانونيا ؟

نعم () - لا () - لا أعرف () .

٦- هل تستخدم شبكة الإنترنت فى الحصول على منتجات مجانية ؟

نعم () - لا () .

٧- هل تتجنب المشاركة فى التسويق الإلكتروني خوفا من الحصول على سلع مقلدة أو لاعتقادك أن

وسيلة دفع ثمن السلعة غير آمن ؟

نعم () - لا () .



- ٨- هل لديك حسابا بنكيا إلكترونيا وبطاقة ائتمان أنترنت ؟
 نعم () - لا () .
- ٩ - هل قمت من قبل باستخدام التلفاز والهاتف فى التسوق ؟
 قمت بالتسوق () - لم أقم بالتسوق () .
- ١٠ - هل قمت بالتسوق إلكترونيا باستخدام بطاقة ائتمان ؟
 قمت بالتسوق () - لم أقم بالتسوق () - لا أملك بطاقة () .
- ١١ - المبلغ الذى تم التسويق به عبر شبكة الإنترنت هو :
 أقل من ٢٠٠ () - من ٢٠٠ : ٤٠٠ () - أكثر من ٤٠٠ () - لم أقم بالتسوق () .
- ١٢ - عدد مرات التسوق عبر شبكة الإنترنت خلال هذا العام هو :
 لم أقم بالتسوق () - مرة واحدة () - مرتان () - ثلاث مرات () - أكثر من أربع مرات () .
- ١٣ - الشركات التى تم التسوق الإلكتروني من خلالها فى مدينة دمياط هى :
 نفسك () - جوميا () - سوق () - أخرى () أذكرها
- ١٤ - مفردات البحث على المواقع للتسوق الإلكتروني هى و و
 ١٥ - إذا كنت تستخدم الإنترنت فى التسوق داخل مصر ، فهو إلى محافظات :
 أ - ب - ج - د - هـ -
 ١٦ - إذا كنت تستخدم الإنترنت فى التسوق خارج مصر ، فهو إلى دول :
 أ - ب - ج - د - هـ -
 شكرا على حسن تعاونكم



المصادر و المراجع

أولا : باللغة العربية :

- ١- البنك الأهلي المصري ، (٢٠٠١)، إدارة البحوث الاقتصادية، دراسة عن حجم التجارة الإلكترونية، بيانات غير منشورة.
- ٢- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، (٢٠١٥) ، تقديرات السكان لعام ٢٠١٤ ، القاهرة.
- ٣- _____ ، (٢٠١٥) ، بيانات غير منشورة عن قوة العمل ونسبة البطالة في مصر لعام ٢٠١٤.
- ٤- الشركة المصرية للاتصالات ، (٢٠١٤) ، بيانات غير منشورة ، دمياط.
- ٥- أحمد السيد كردي ، (٢٠١٤) ، المخاطر المدركة لدى المستهلك النهائي في التسويق الإلكتروني وتأثيرها في اتخاذ قرار الشراء عبر الإنترنت ، رسالة ماجستير ، كلية التجارة ، جامعة بنها .
- ٦- إسراء محمد الجفري ، (٢٠٠٣) ، تأثير التجارة الإلكترونية على مجتمع المملكة العربية السعودية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاقتصاد و الإدارة ، جامعة الملك عبد العزيز .
- ٧- بهاء شاهين ، (٢٠٠٠) ، العولمة والتجارة الإلكترونية- رؤية إسلامية ، دار الفاروق الحديثة للطباعة والنشر ، ط١ ، القاهرة.
- ٨- حسن عبدالله فخرو ، (٢٠١٤) ، التجارة الإلكترونية ، المؤتمر الخليجي الثامن للتجارة الإلكترونية ، جريدة الأيام ، عدد ٩٣٦٨ ، ٢ ديسمبر ، المنامة .
- ٩- حسن عمران ، (٢٠١٤) ، ، نقطة التجارة الدولية ، غرفة التجارة ، بيانات غير منشورة عن التجارة الإلكترونية ، القاهرة.
- ١٠- حسين شحاتة ، (٢٠٠١) ، المراجعة والرقابة في ظل الكمبيوتر والإنترنت ، كلية التجارة ، جامعة الأزهر ، القاهرة.
- ١١- روب سميث ومارك سبيكر ومارك تومسون ، (٢٠٠٠) ، مرشد الأذكياء الكامل للتجارة الإلكترونية ، ترجمة وطباعة دار التعاون للنشر والتوزيع ، القاهرة.
- ١٢- زياد زنبوعة ، (٢٠٠١) ، إستراتيجيات التسويق في ظل الأزمات الاقتصادية والتحديات المعاصرة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاقتصاد ، جامعة تشرين ، اللاذقية ، سوريا.



- ١٣- زياد هاشم ، (٢٠١٢) ، تأثير التجارة الإلكترونية على نظم المعلومات الحاسوبية ، جامعة الموصل ، العراق .
- ١٤- سعد غالب التكرتي وبشير عباس العلق ، (٢٠٠٢) ، الأعمال الإلكترونية ، ط ١ ، دار المناهج ، عمان .
- ١٥- شركة الغزل و النسيج ، (٢٠١٤) ، مركز المعلومات ، دمياط .
- ١٦- عادل رزق ، (٢٠٠٦) ، دعائم الإدارة الإستراتيجية للاستثمار ، اتحاد المصارف العربية ، القاهرة .
- ١٧- عبد الفتاح بيومي حجازي ، (٢٠٠٢) ، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية .
- ١٨- عبده حمادة ، (٢٠٠٢) ، دور المراجعة الداخلية في رفع كفاءة المعلومات المحاسبية في بيئة الحاسوب ، رسالة ماجستير ، جامعة حلب .
- ١٩- على فلاق ومحمد بولصنام ، (٢٠١٢) ، أثر التجارة الإلكترونية على الاقتصاد ، بحث مقدم إلى الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصادات الدولية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية ، المركز الجامعي بخميس مليانة ، الفترة ١٣ و ١٤ مارس .
- ٢٠- عيسى علي إبراهيم ، (١٩٩٥) ، الأساليب الكمية في الجغرافيا ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية .
- ٢١- غرفة التجارة ، (٢٠١٤) ، نقطة التجارة الدولية ، بيانات غير منشورة عن التجارة الإلكترونية .
- ٢٢- مجلس الوزراء المصري ، (٢٠١٠) ، أوضاع الفقراء في مصر ، مركز المعلومات واتخاذ القرار ، السنة ٤ ، العدد ٣٩ مارس .
- ٢٣- محمد عرفة ، (٢٠٠٩) ، أثر التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الكلي للدولة ، مجلة الشركة السعودية للأبحاث والنشر ، العدد ٥٦٢٥ ، ٦ مارس .
- ٢٤- مدحت رمضان ، (٢٠٠١) ، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة ، دار النهضة العربية ، القاهرة .
- ٢٥- منظمة العمل الدولية ، (٢٠١٥) ، تقرير استخدامات التشغيل لعام ٢٠١٤ .
- ٢٦- نهلة مقراري ، (٢٠٠١) ، بنية وفرص التجارة الإلكترونية في دولة الإمارات ، ط ١ ، كتاب البيان ، الإمارات .



- ٢٧- وزارة الاتصالات ، (٢٠٠٩) ، دراسة على مستخدمي الإنترنت.
- ٢٨- وزارة التجارة الخارجية ، (٢٠٠٣) ، تقرير التجارة الخارجية لمصر .
- ٢٩- وزارة النقل ، (٢٠١٤) ، تقرير عن البنية الأساسية للنقل في مصر .

ثانيا - باللغات غير العربية :

- 30- Barbra M.& et. al., (2000) , " Government Statistics E-Commerce And Electronic Economy", A paper June 15.
- 31-Businesses Manage E-Commerce Risks, (2001) , Business Wire, 25 Jun .
- 32- Christine Bitouzet, (1999) , Le Commerce Électronique, Création de valeur pour l'entreprise, Edition Hermes Science publications, Paris.
- 33- Davis, F.D. (1989) , Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance Of Information Technology Misquarterly.
- 34- Islam M. H. M. , (2010) , Obstacles That limit The Success Of Electronic Commerce In Egypt, Master of Business Administration, United Kingdom Consulting, The International Virtual University.
- 35- John Yu el Privacy A. , (1998) , Burning Issue For E-Commerce, Vol.1, December.
- 36- Kenneth L. & Carol G. T., (2004) , E-commerce: Business, Technology, Society, Band1, Pearson/Addison Wesley, Boston.
- 37- Mieczkowski, B.B., (1979) , Transportation In Eastern Europe, Columbia University Press, New York .**
- 38-Peigner Yves , (2010) , Business Generation: Handbook For Visionaries Game Changer And Challengers , John Wily And Sons Ltd , New Jersey .
- 39- Perry & Schneider, (2008) , E-Commerce, Core Technology, Boston.

