

hossam maghraby



شبكة المعلومات الجامعية

بسم الله الرحمن الرحيم



hossam maghraby



شبكة المعلومات الجامعية



شبكة المعلومات الجامعية التوثيق الالكتروني والميكرو فيلم



hossam maghraby



شبكة المعلومات الجامعية

جامعة عين شمس

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها
علي هذه الأقراص المدمجة قد أعدت دون أية تغيرات



يجب أن

تحفظ هذه الأقراص المدمجة بعيدا عن الغبار



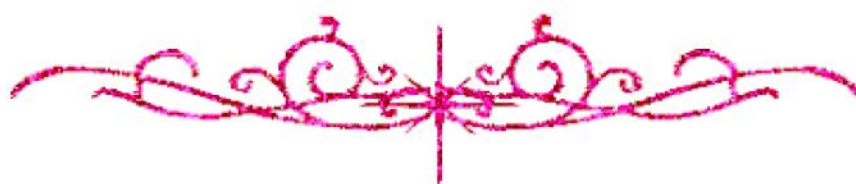
hossam maghraby



شبكة المعلومات الجامعية



بعض الوثائق الأصلية تالفة



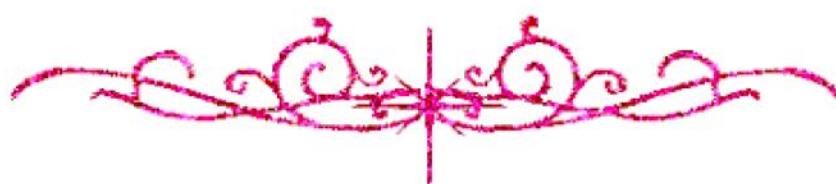
hossam maghraby



شبكة المعلومات الجامعية



**بالرسالة صفحات
لم ترد بالأصل**



B17745

وزارة التعليم العالي

جامعة طنطا

كلية التجارة

قسم إدارة الأعمال

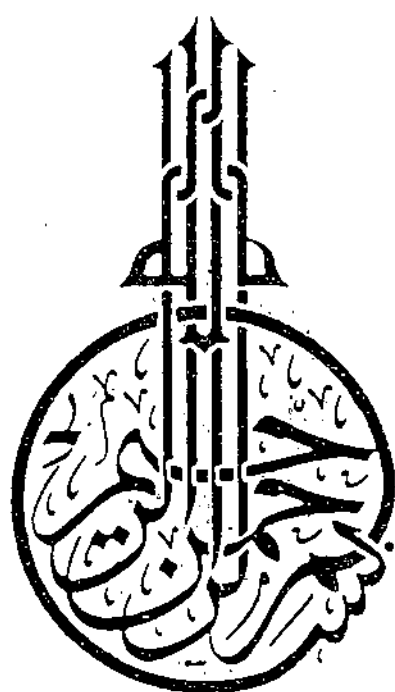
**إستخدام تكنولوجيا المعلومات فى التسويق الدولى :
نموذج لنظام معلومات تعاوني مقترح
بالتطبيق على المنشآت الصناعية بالمدن العمرانية الجديدة
بجمهورية مصر العربية**

بحث للحصول على
درجة دكتور الفلسفة في إدارة الأعمال

مقدم من
عادل علي محمود

تحت إشراف
الأستاذ الدكتور
فاروق عبدالفتاح رضوان
أستاذ ورئيس قسم إدارة الأعمال
كلية التجارة - جامعة طنطا

أكتوبر ٢٠٠١ م - رجب ١٤٢٢ هـ



لجنة المناقشة والحكم

أ.د. / فاروق عبد الفتاح رضوان

أستاذ ورئيس قسم إدارة الأعمال
كلية التجارة - جامعة طنطا

أ.د. / يحيى مصطفى طمى

أستاذ نظم المعلومات ووكيل كليه

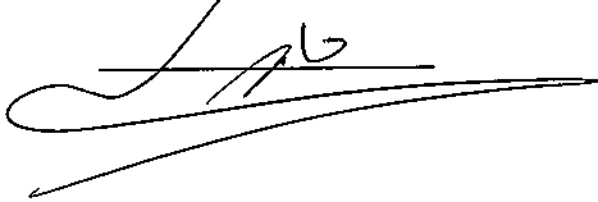
الحاسبات والمعلومات بجامعة حلوان

أ.د. / رمضان عبد العظيم جابر

أستاذ إدارة الأعمال المتفرغ

كلية التجارة - جامعة طنطا

م (مشرفا ورئيسا)



(عضوا من الخارج)



(عضوا من الداخل)





الموافق ١٤٢٢/٧/٢٢ هـ

* تاريخ المناقشة ٢٠٠١/١٠/٩ م

* قرار اللجنة:

* قرار مجلس الكلية وتاريخه:

الإهداء

إلى بلدي العظيمة ... مصر
التي كرمها الله بذكرها في كتابه الكريم
إلى أبي وأمي وأخي الشهيد سامي رحمة الله عليهم
إلى زوجتي شريكة درب حياتي ... وإلى أبنائي أحبائي ... وإلى إخوتي
وإلى رجال التسويق الدولي بمصر الأمل والتحدى

(ب)

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على محمد نبي الله ورسوله وخاتم النبيين والمرسلين والذي أرسله الله لهداية البشرية جمعاء وإنقاذها من ظلمات الكفر إلى نور الإيمان .. أما بعد

يطيب لي ويشرفني أن أرجع الفضل إلى أهله - بعد الله سبحانه وتعالى - فأبدأ بالشكر والعرفان إلى الأستاذ الدكتور/ فاروق عبد الفتاح رضوان - أستاذ ورئيس قسم إدارة الأعمال بكلية التجارة - على عظيم عونه وإرشاده وصبره في جمع مراحل إعداد هذا البحث ... فقد كان لعلمه وتشجيعه ورعايته وتوجيهه الأثر الأكبر في إنجاز هذا البحث ... بارك الله له فيما أعطاه .. وأطال الله في عمره عالماً ذو عطاء وكرم ، وقدوه لأبنائه من الطلاب والباحثين، وأدامه الله نبزاس خير من أجل رفع راية العلم والمعرفة .

ويتوجه الباحث بالشكر والتقدير إلى الأستاذ الدكتور/ عادل على هراس - رحمه الله - على ما بذله مع الباحث من جهد في مراحل البحث الأولى ... فقد كانت ملاحظاته وتعديلاته البناءة يغلفها قلب طاهر مخلص للعلم كقضية ومسعى ... أسكنه الله فسيح جناته وأثابه الله وجزاه خير الجزاء.

ويشرف الباحث أن يتوجه بالشكر والعرفان والامتنان لأصحاب السيادة الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة والحكم على الرسالة - سيادة الأستاذ الدكتور / يحيى مصطفى كمال حلمي - أستاذ نظم المعلومات، ووكيل كلية الحاسبات والمعلومات بجامعة حلوان - وسيادة الأستاذ الدكتور / رمضان عبد العظيم جاد - الأستاذ بقسم إدارة الأعمال - كلية التجارة ، جامعة طنطا ، وذلك على تفضلهم بالموافقة على المشاركة في مناقشة الرسالة ، وعلى توجيهاتهم التي ساعدت على الارتقاء بمستوى الرسالة ، وعلى وقتهم الثمين الذي أعطوه تشجيعاً ورعاية للباحث .. وفقهم الله إلى ما يحب ويرضى وأثابهم خير الثواب.

كما يتوجه الباحث لأصحاب السيادة عميد ووكلاء كلية التجارة جامعة طنطا وأساتذة قسم إدارة الأعمال والأخوة العاملين بإدارة الدراسات العليا بالكلية لرعايتهم ومساعدتهم للباحث أثناء فترة دراسته بالكلية الموقرة.

(ج)

ولا يفوت الباحث توجيه الشكر والعرفان لمعالى الأستاذ الدكتور/ غازي بن عبيد مدني مدير جامعة الملك عبد العزيز، بمدينة جدة بالملكة العربية السعودية، وسعادة الأستاذ الدكتور/ عبد الغفار بن سعيد بازهير - عميد الدراسات العليا بنفس الجامعة على الرعاية والدعم والتشجيع.

ويشكر الباحث كل من أخية الأستاذ محاضر/ مدحت فهمي صالح - كلية الاقتصاد والإدارة - جامعة الملك عبد العزيز، والأستاذ/ ماهر أحمد علي - المعيد بمعهد البحوث والدراسات الإحصائية بجامعة القاهرة على جهدهما وتوجيهاتهما بالنسبة للتحليل الإحصائي للرسالة. والشكر موصول للسيدة/ صباح - بمركز الإستشارات الإحصائية التابع لمعهد البحوث والدراسات الإحصائية بجامعة القاهرة.

ويطيب للباحث شكر سيادة اللواء/ أهاب علوي - رئيس الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء على حماسه وتشجيعه للباحثين وتيسير حصولهم على المعلومات اللازمة إلى جانب دعمه للبحث العلمي في بلدنا الحبيب.

ولا ينسى الباحث مساعدة أخيه الأستاذ الدكتور/ إبراهيم فؤاد العيسوي على تشجيعه ودعمه في مرحلة جمع البيانات الميدانية، فله كل الشكر والعرفان، كما يشكر بشكل أساسي كل من الأخ الأستاذ/ محمد نضار بمدينة السادس من أكتوبر، والأستاذ/ على الفوى بمدينة العاشر من رمضان لما أعطياه من جهد ووقت ومساعدته قيمة في عملية جمع البيانات.

كما يتوجه الباحث أيضاً بالشكر والتقدير إلى المسؤولين بالعديد من الجهات الحكومية ذات العلاقة ببحثه لما بذلوه من جهد وتعاون مع الباحث وتزويده بالمعلومات، وكذلك كل الشكر والعرفان إلى مسؤولي التسويق بالمنشآت غير المصدرة، والتسويق الدولي بالمنشآت المصدرة بكل من مدينتي العاشر من رمضان والسادس من أكتوبر وذلك لما أعطوه من وقت ومعلومات وتوجيهات أفادت الباحث في دراسته.

ويشكر الباحث بصورة خاصة إخوته المهندسين/ محمد وعزت ومحسن على دعمهم وتشجيعهم وحبهم، ويتوجه بالشكر أيضاً إلى أخية وصديقه/ السيد أبو اليزيد شعبان .. فهو ممن إختصهم الله بخدمه الآخرين وقضاء حوائجهم بحب ونزاهة.. فكان قدوة يُحتذى بها .. وفقهم الله إلى ما يحب ويرضى وجزأهم جزاء المبشرين بالجنة.

أسأل الله جل وعلا أن يجزيهم جميعاً عني خير الجزاء ، وأن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم وأن يهيء لي من أمري رشداً .

وما توفيقي إلا بالله ، عليه توكلت وإليه أنيب !!!

أكتوبر ٢٠١١م

رجب ١٤٣٢ هـ

الباحث

(د)

قائمة المحتويات		
الرقم	الموضوع	رقم الصفحة
أ	الإهداء	
ب	الشكر والتقدير	
د	قائمة المحتويات	
ط	قائمة الجداول	
ن	قائمة الأشكال	
الفصل الأول : مشكلة البحث والمنهج المتبع		
١	مقدمة الفصل	١ - ١
٢	موضوع البحث	٢ - ١
١٥	مشكلة البحث	٣ - ١
١٦	أهمية البحث	٤ - ١
١٨	أهداف البحث	٥ - ١
١٩	أسئلة بحثية	٦ - ١
٢٠	فرضيات البحث	٧ - ١
٢٥	متغيرات البحث وقياسها	٨ - ١
٣٧	منهج البحث	٩ - ١
٣٨	مصادر الحصول على البيانات	١٠ - ١
٣٨	مصادر البيانات الثانوية	١ - ١٠ - ١
٣٨	مصادر البيانات الأولية	٢ - ١٠ - ١
٤٧	حدود وصعوبات البحث	١١ - ١
٤٩	جمع البيانات طرق ووسائل القياس	١٢ - ١
٥٣	التحليل الإحصائي للبيانات الأولية	١٣ - ٣
٥٤	الإطار العام لفصول البحث	١٤ - ١

تابع قائمة المحتويات

الرقم	الموضوع	رقم الصفحة
الفصل الثاني : تقنية المعلومات والتسويق الدولي		
١ - ٢	مقدمة	٥٦
٢-٢	مفهوم وأهمية التسويق الدولي والتصدير	٥٧
١-٢-٢	مفهوم التسويق الدولي	٥٧
٢-٢-٢	أهمية التسويق الدولي	٦٠
٣-٢-٢	أهمية معلومات التسويق الدولي	٦٦
٣-٢	التطور في شبكات المعلومات وأثره على التسويق الدولي	٧٥
١-٣-٢	أهمية وأثر شبكات المعلومات	٧٥
٢-٣-٢	شبكة الإنترنت والشبكة العنكبوتية العالمية	٧٨
٣-٣-٢	التسويق التقليدي والتسويق الإلكتروني	٨٥
٤-٢	التجارة الإلكترونية	٩٥
١-٤-٢	مفاهيم وأهمية التجارة الإلكترونية	٩٥
٢-٤-٢	مزايا ومحددات التجارة الإلكترونية	١٠٢
٣-٤-٢	التجارة الإلكترونية والمزيج التسويقي	١٠٨
٤-٤-٢	بحوث التسويق	١١٧
٥-٢	خلاصة الفصل	١٢٢
الفصل الثالث : إطار نظري لنظام معلومات التسويق الدولي التعاوني المقترح		
١ - ٣	مقدمة	١٢٣
٢ - ٣	نظم المعلومات وأنواعها	١٢٣
١ - ٣ - ٣	أنواع نظم المعلومات	١٢٥
٢ - ٢ - ٣	نظام معلومات التسويق الدولي	١٢٩

١٣٣	تقييم نظم المعلومات ونموذج جودهوا	٣ - ٣
١٣٣	إتجاهات تقييم نظم المعلومات	١ - ٣ - ٣
١٣٦	طرق وأساليب تقييم نظم المعلومات	٢ - ٣ - ٣
١٤١	نموذج جودهوا الأساسى	٣ - ٣ - ٣
	لتوافق ومناسبة (التقنية - المهام)	
١٤٥	تعديل نموذج جودهوا	٤ - ٣ - ٣
١٤٨	النظام المقترح	٤ - ٣
١٤٨	الفكرة الأساسية للنظام المقترح	١ - ٤ - ٣
١٤٩	المبررات والمزايا المؤيدة لإقتراح النظام	٢ - ٤ - ٣
١٥٤	أجزاء النظام المقترح	٣ - ٤ - ٣
١٥٩	مصادر المعلومات للنظام المقترح	٤ - ٤ - ٣
١٦٣	خلاصة الفصل	٥ - ٣

الفصل الرابع : تحليل البيانات واختبار الفرضيات والنموذج المقترح

١٦٤	مقدمة الفصل	١ - ٤
١٦٤	إدخال ومعالجة البيانات	٢ - ٤
١٦٥	الإحصاءات الوصفية	٣ - ٤
١٦٥	الإحصاءات الوصفية للمتغيرات الديمغرافية	(١ - ٣ - ٤)
١٦٥	مسئولي التسويق والتسويق الدولي	(١ - ١ - ٣ - ٤)
١٧١	المنشآت الصناعية المصدرة وغير المصدرة	(٢ - ١ - ٣ - ٤)
١٧٨	الإحصاءات الوصفية لمتغيرات البحث	(٢ - ٣ - ٤)
١٧٨	جودة المعلومات	(١ - ٢ - ٣ - ٤)

تابع قائمة المحتويات

الرقم	الموضوع	رقم الصفحة
	دعم اتخاذ القرار التسويقي الدولي (٤-٣-٢-٢)	١٨٧
	مقومات النظام واستخدامه (٤-٢-٣-٣)	١٩١
	المشاركة في المعلومات في إطار بيئة المدينة الصناعية (٤-٢-٣-٤)	٢٠١
	مبررات قبول النظام (٤-٢-٣-٥)	٢٠٥
٤-٤	خلاصة التحليل الوصفي.	٢٠٦
٥-٤	اختبار صحة الفرضيات	٢١٠
	الفرضية الأولى (٤-٥-١)	٢١٠
	الفرضية الثانية (٤-٥-٢)	٢١٩
	الفرضية الثالثة (٤-٥-٣)	٢٢٦
	حالة المنشآت غير المصدرة في إطار النظام الحالي (٤-٥-٣-١)	٢٢٩
	حالة المنشآت المصدرة في إطار النظام الحالي (٤-٥-٣-٢)	٢٣٣
	حالة المنشآت غير المصدرة في إطار النظام المقترح (٤-٥-٣-٣)	٢٣٧
	حالة المنشآت المصدرة في إطار النظام المقترح (٤-٥-٣-٤)	٢٤١
	خلاصة النموذج اللوجستي (٤-٥-٣-٥)	٢٤٥
	الفرضية الرابعة (٤-٥-٤)	٢٤٨
	الفرضية الخامسة (٤-٥-٥)	٢٥٠