

رقم الصفحة	الموضوع	الرقم
I	الاهداء	
li	الشكر والعرفان	
lii	ملخص الدراسة باللغة العربية	
lv	ملخص الدراسة باللغة الانجليزية	
	الفصل الاول	
8	تمهيد	1.1
9	مشكلة البحث	2.1
9	اهمية البحث	3.1
10	اهداف البحث	4.1
10	فرضيات البحث	5.1
11	منهجية البحث	6.1
11	هيكل البحث	7.1
	الفصل الثاني	
12	تمهيد	1.2

13_12	مفاهيم التجارة الالكترونية	
14	السمات المميزة للتجارة الالكترونية	3.2
15	تطور حجم التجارة الالكترونية	4.2
16_15	تأثير التجارة الالكترونية	5.2
17	اهمية التجارة الالكترونية	6.2
18	انواع التجارة الالكترونية	7.2
19	انواع السلع والخدمات الالكترونية	8.2
19	هيكل التجارة الالكترونية	9.2
20	البنية التحتية للتجارة الالكترونية	10.2
20	انظمة المعلومات	11.2
21	الشراء بالوسائل الالكترونية	12.2
21	كيفية شراء المنتج	13.2
22	وسائل التعامل والدفع	14.2
23	مزايا التجارة الالكترونية	15.2
24_23	المشاكل التي تواجه التجار الالكترونية	16.2
	الفصل الثالث	
24	تمهيد	3.1

24	النقطة التجارية السودانية	3.2
25_24	نشاه النقطة التجارية السودانية	1.2.3
25	الاهداف الاستراتيجية لنقطة التجارة السودانية	2.2.3
26	خدمات نقطة التجارة السودانية التي تقدمها	3.2.3
27_26	المعلومات التي تقدمها نقطة التجارة السودانية	4.2.3
27	الوسائل والاليات التي تنتجها نقطة التجارة السودانية في الترويج للسلع والخدمات	5.2.3
28	اهم الشرائح المستفيدة من خدمات نقطة التجارة السودانية	6.2.3
29_28 30	افاق التجارة الالكترونية في السودان منطقة الدراسة	7.2.3
	الفصل الرابع	
34_33_32_31	التحليل وتفسير النتائج	
	الفصل الخامس	
36_35	الخلاصة والتوصيات	

المستخلص:ـ

الصادرات هي المحرك الاساسي لعملية التنمية الاقتصادية في السودان فهي المصدر الرئيسي لعائدات البلاد من النقد الاجنبي. اجريت هذه الدراسة عن استخدام التجارة الالكترونية في مجال تصدير السلع الزراعية في ولاية الخرطوم وتمثل الهدف الرئيسي للبحث في دراسة استخدام تقنية التجارة الالكترونية وتأثيرها علي الصادرات الزراعية.

اعتمدت الدراسة علي البيانات الثانوية التي تم جمعها من نقطة التجارة السودانية بغرض تحقيق اهداف البحث. واتبعت الدراسة منهج التحليل الوصفي للنسب المئوية للبيانات التي جمعت وقد توصل الي عدة نتائج اهمها: ان صادرات السودان الالكترونية عالميا تمثل حوالي 0.21% .

ايضا اظهرت الدراسة ان معظم صادراتنا الزراعية الالكترونية من جملة الصادرات الالكترونية للقول السوداني تذهب للأردن بنسبة 37.43% وما يعادل 6.78% من محصول السمسم لنفس الدولة وهذا يعني ان الاردن تستورد القول السوداني بنسبة اكبر من السمسم. من جهة اخري احتلت إندونيسيا النصيب الاوفر من الصادرات السودانية الالكترونية لمحصول القول السوداني وذلك ما يعادل نسبة 32.41%. ومن جانب محصول السمسم وجد ان اعلي نصيب او نسبة كانت لصالح الصين حيث انها تستورد ما يعادل 29.69% من الجملة الكلية للصادرات السودانية الالكترونية.

واهم ما اوصت به الدراسة ، دعم نقطة التجارة السودانية وتأهيل امكانياتها والعاملين بها حتي تتمكن من القيام بدورها اكثر فعالية في ترقية وتطوير التجارة الالكترونية في مجال السلع الزراعية، محو مشكلة الامية الالكترونية مع توفير الامكانيات والاجهزة الازمة ، تدريب الكوادر البشرية وتأهيلها.

Abstract_

The Export are the main movement for the process of economic development in Sudan ,which is the source of the country's leading foreign exchange ,so it must be developed and developed in light of the era of technological progress and the use of information wealth and what has been produced by the minds during the past years of the modern communications channels provided by the Internet and investment optimization for the benefit required , This study was conducted on the use of electronic commerce in the field of export of agricultural commodities in Khartoum state .The objective of the study is to stud the use of electronic commerce technology by the companies exporting agricultural commodities in Khartoum State and effect on agricultural export from various aspects such as the quality of the commodity and the labor market in the field of Agricultural export and opening new markets to Sudanese agricultural products, The study was based on primary and secondary data collected from different sources for the purpose of achieving the research objectives . The preliminary data included the personal interview .Secondary data were represented in the books. Publication the publication related to the research topic and the data collected from the Sudanese Trade point the study site the descriptive analysis of the data ratios which collected the research has reached several results , the most important of which is Sudan's electronics export worldwide 21% , The study also showed that most of our electronic agricultural export, including the electronics export of peanuts, go to Jordan 37.43% and the equivalent 6.78% of the sesame crop for ,the same ,country .this means that jordan imports peanuts more than sesame .on the other hand , indonesia has the largest share of Sudan's electronic export of peanut crop , which is equivalent to32.41% and by the second place after jordan directly and then Yemen by 10.35% the proportion of the sesame crop found that the highest share or proportion was in favor of China, where it import the equivalent 29.69% of the total sentence of Sudanese's electronic export and followed by saudi Arabia by 14.59% followed by India 9.59% , The most important thing recommended by the study is to support the Sudanese's trade point and rehabilitate its capabilities and workers so it can play its more effective role in the promotion and development of electronic commerce in the field of agricultural commodities the Knowledge of computers is considered the main gateway to deal with electronic commerce so it is necessary to work to erase the problem of electronic illiteracy, Crisis training and rehabilitation of human cadres to work in this area work on the dissemination of the concept of electronic commerce.

الفصل الأول

المقدمة :-

111 تمهيد

السودان قطر شاسع وغني بالموارد الطبيعية الزراعية (الاراضي الخصبة) والاعتماد الرئيسي للسودان هو الزراعة اذ هي 80% من نشاط السكان يشكل الزراعة وتربيته المواشي من اهم المصادر الرئيسية لكسب العيش في السودان 'ويعتبر السودان من اهم بلدان العالم التي تتوفر فيه لمياه والاراضي الصالحة للزراعة بما يقارب ثلث اجمالي مساحته

_تلعب الصادرات من السلع الزراعية دورا مباشر في إصلاح العجز في ميزان المدفوعات باعتبارها احد الموارد الرئيسية للنقد الاجنبي حيث تساهم بنسبة مقدرة من جملة الصادرات السودانية مما يؤثر علي التوازن المالي والاستقرار النقدي للعملة المحلية واسعار الصرف ، تتميز مناطق إنتاج معظم سلع الصادر من السلع الزراعية بكثافة سكانية عالية لذلك فان الاهتمام بتطوير وتنمية إنتاج وتسويق هذه السلع يعمل علي انعاش الحركة الاقتصادية مما يوفر فرص للعمل تساهم في الحد من الفقر (يمكن تقسيم الصادرات من السلع الزراعية الي صادرات السلع الزراعية النباتية وصادرات السلع الزراعية الحيوانية وصادرات السلع الصناعية ذات المنشأة الاقتصادي)

_من البيانات المتوفرة يتبين انخفاض قيمة الصادرات من السلع الزراعية خلال العام 2010م انخفاضا طفيفا مقارنة بعام 2009م بنسبة بلغت (3)الصادرات من هي المحرك الاساسي لعملية التنمية الاقتصادية في السودان فهي المصدر الرئيسي لعائدات البلاد من النقد الاجنبي لذلك لابد من تطويرها وتنميتها في ظل عصر الاعتماد

علي العقول اصبح اقتصاد المعلومات اكثر ربحا وعائدا من مجالات الاستثمار التقليدية الاخرى ومن ابرز ما انتجته العقول خلال السنوات السابقة التطور المطرد في الاتصالات الذي اوصل العالم الي ابتكار شبكة الانترنت والتي استطاعت بفضل التطور والانتشار السريع لها اصبحت وسيلة هامة لإنجار المعلومات بمختلف انواعها ومن بينها التجارة عبر الانترنت (التجارة الالكترونية) التي تشمل الترويج -التسويق الإعلام والتمويل وصولا الي بيع وشراء السلع والخدمات الزراعية وغيرها بما فيها المعلومات نفسها وذلك عن طريق وسائل الاتصالات الحديثة التي توفرها شبكة الانترنت ,والاستثمار الامثل لهذه التقنية للنهوض بالاقتصاد وذلك عن طريق تطوير الصادرات الزراعية للبلاد وتنميتها

2.1 مشكلة البحث: _

في ظل عصر المعلومات والعولمة والتقدم التكنولوجي والتطور التقني واستخدام شبكات الانترنت اصبح العالم قرية صغيرة واصبح الوصول العالمي سهل جدا ،بالرغم من ان السودان واحد من الدول التي تتوفر فيها شبكات المعلومات بصورة عالية الا انه غير قادر علي استغلالها في تنمية وتطوير صادراته الزراعية ولم يتمكن من استثمار التجارة الالكترونية بصورة تزيد من حصيلة صادراته الزراعية ،حيث تساهم التجارة الالكترونية بصورة كبيرة في عرض السلع وفتح اسواق جديدة واثارة ساحة المنافسة في الاسواق العالمية .

-في الاواني الاخيرة شهد السودان محاولات للتعامل بالتجارة الالكترونية من جانب بعض الشركات المصدرة للسلع الزراعية خاصة في ولاية الخرطوم التي تتركز فيها النشاطات الاقتصادية المختلفة ،هذه المحاولات الواعدة وان كلت تبشر بالخير الا انها ما زالت محدودة ومازالت دورها قاصرا ولم ترقى بعد الي مستوى احداث التأثير

المطلوب في تنمية وتطوير الصادرات الزراعية عبر التجارة الالكترونية وقد ينحصر دورها في عملية الترويج الالكتروني

3.1 اهمية البحث:ـ

تكمن اهمية البحث في ان تقنية التجارة الالكترونية من اكثر التقنيات الحديثة التي لم يتم طرقها بصورة موسعة علي المستوي العالمي بصورة عامة وعلي مستوي السودان بصورة خاصة رغم انها تمثل البديل في المستقبل القريب للتجارة التقليدية ,بما تشمله عمليات التجارة الالكترونية من تبادل للمعلومات عن كافة انواع المنتجات ,الخدمات الثروات والموارد الطبيعية الامر الذي يساعد في الترويج للاستثمار وازدهار التجارة ,كذلك ترشيد قرارات كل من البائعين والمشتريين بما تتميز به هذه التقنية من تدفق للمعلومات في الوقت المناسب وكذلك التخلي عن المفاهيم والعادات القديمة السالبة مثل عدم الاهتمام بالزمن والوفاء بالمواعيد من اهم ما يميز هذه التقنية .

ـ في الاواني الاخيرة شهد السودان محاولات للتعامل بالتجارة الالكترونية من جانب بعض الشركات المصدرة للسلع الزراعية خاصة في ولاية الخرطوم التي تتركز فيها النشاطات الاقتصادية المختلفة (تقرير منظمة)

4.1 اهداف البحث:ـ

الهدف الاساسي من هذا البحث هو دراسة استخدام التجارة الالكترونية من قبل الشركات المصدرة للسلع الزراعية واثره في تطوير وتنمية الصادرات الزراعية من جوانب مختلفة مثل ,استغلال الثروة المعلوماتية لتغليظ التكاليف التسويقية للسلع المصدرة وسوق العمل ,جوده هذه العمل وفتح اسواق جديدة امام المنتجات الزراعية السودانية.

الاهداف الثانوية :-

- 1- التعرف علي التجارة الالكترونية بصفة عامة وفي السودان بصفة خاصة
- 2- الفوائد التي تجنيها اذا ارتفعت نسبة استخدام التجارة الالكترونية للمصادر الزراعية
- 3_ المشاكل التي تكمن استخدام وانتشار التجارة الالكترونية في المجال تصدير السلع الزراعية.

5.1 فرضيات البحث:-

- 1-مدي التأثير الايجابي علي اداء الصادرات الزراعية .
- 2-مدي استثمار شبكات الانترنت بصورة سليمة .
- 3-مدي التأثير السلبي علي سوق العمل (زيادة البطالة).

6.1 منهجية البحث:-

اتبع البحث منهج التحليل الوصفي عن طريق النسب المئوية لبيانات ثانوية لبعض الكميات المصدرة من بعض المنتجات الزراعية الكترونيا والتي جمعت من نقطة التجارة الالكترونية بولاية الخرطوم التابعة ضمن مؤسسات وزارة التجارة .

وكذلك جمعت البيانات عن طريق المقابلة الشخصية لمسئولة نقطة التجارة السودانية الاستاذة /هالة احمد الامين رئيس قسم الدراسات والمعلومات بالنقطة

وجمعت بعض المعلومات الثانوية من الكتب والنشرات والمطبوعات بالإضافة للدراسات السابقة .

7.1 هيكل البحث: _

يتكون البحث علي خمسة فصول رصدة كالاتي:

1- الفصل الاول الذي اشتمل علي خطة البحث

2-الفصل الثاني والذي تم فيه عرض الإطار النظري للتجارة الالكترونية.

3-الفصل الثالث والذي تحدث عن التجارة الالكترونية في السودان .

4-الفصل الرابع الذي اشتمل علي تحليل ومناقشة نتائج البحث.

5- الفصل الخامس والذي عكس خلاصة البحث، التوصيات المقترحة .

الفصل الثاني

الاطار النظري

1.2 المقدمة:ـ

بدأت تطبيقات التجارة الالكترونية منذ بداية السبعينات من القرن الماضي مع ظهور تقنية التراسل الالكتروني للنقود حيث وفرت امكانية تحويل الاموال الكترونيا من مؤسسة الي اخري ولكن استخدام هذه التقنية يفي محدود ضمن المؤسسات بشكل مباشر من خلال شبكات الحاسوب وساعدت تقنيات التراسل الالكتروني للنقود والوثائق ايضا علي زيادة عدد الشركات التي تستخدم هذين التطبيق (EFT)و(EDI)لتشمل بالإضافة الي المؤسسات المالية , العديد من الشركات الصناعية والشركات التجارية وعليها من شركات الاعمال الكبيرة وفي السنوات التالية ظهرت مجموعة اخري من تطبيقات التجارة الالكترونية مثل انظمة حجر البطاقات وانظمة شراء وبيع الاسهم في البورصة واطلق علي هذه التطبيقات تسميه نظم الربط بين المنظمات ولكن البداية الحقيقية لانتشار تطبيقات التجارة الالكترونية كانت دخول الانترنت الي المجال التجاري وظهور شبكة المعلومات العالمية WWWعام 1990 حيث تزايد عدد تطبيقات التجارة الالكترونية وتبلور هذا المفهوم بشكله الحالي.

(التجارة الالكترونية _د/ محمد نور برهان /د. عزالدين خطاب)

2:2 مفاهيم التجارة الالكترونية:ـ

توفر الانترنت وسيلة مباشرة غير رسمية لتجاوز الوسائل التقليدية وللحواجز الجغرافية والتعقيدات الادارية وعبر وورد الدول بدون جهد كبير الي جانب القدرة علي توفير المعلومات من مصادرها المختلفة .

في الانترنت يصبح من السهل التحدث او التراسل مع الاخرين في نفس اللحظة وعرض المنتجات علي زبائن غير محتملين في العام بتكلفة زهيدة لذلك فمن المنتظر ان تصبح الانترنت هو الطريق الواسع للتجارة العالمية في التجارة الالكترونية كما في التجارة التقليدية تحتاج الشركات لاسم وعلامة تجارية لذلك تسجل لها عنوان إلكتروني علي شبكة الانترنت ,يجب قبل تسجيل عنوان موقع التأكد من ان الاسم غير مسجل لشركة اخري ويتم ذلك عن طريق البحث في قواعد بيانات مواقع الانترنت

مصطلح التجارة الالكترونية ترجمة: _ Electronic Commerce (E-commerce)

تستخدم كمترادف التجارة الالكترونية (Internet commerce (I-commerce) يتكون تعبير التجارة الالكترونية من كلمة التجارة التي تعبر عن نشاط اقتصادي يتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والافراد وتحكمه قواعد ونظم متفق عليها .

كلمة الالكترونية وهو توصيف مجال اداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والاساليب الالكترونية التي من بينها شبكه الانترنت .

لا تزال تجارة الانترنت جهد رائد فيه رواد سابقون استخدموا التكنولوجيا الحديثة لاكتشاف الفرص التي توفرها لهم بغرض ايجاد فرص البيع وخدمة الزبائن وتنمية التجارة والاعمال مع محاولات جادة منهم لفهم سوق البيع وتجهيز الاتصال مع الانترنت والسوق وجذب الزبائن والتخطيط لهم من خلال تخطيط العمل .

من وجهة نظر الانترنت :-

التجارة التي تفتح المجال من اجل بيع وشراء المنتجات او الخدمات او المعلومات عبر الانترنت

من وجهة نظر الاعمال التجارية: _

عملية تطبيق التقنية من اجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة

من وجهة نظر خدماتية : _

اداة من ادوات تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض تكاليف الخدمات والدفع من كفاءتها والعمل علي تسريع اوصول الخدمة الي مستحقيها

من وجهة نظر عالم الاتصالات : _

وسيلة من وسائل اوصول المعلومات او الخدمات او المنتجات عبر خطوط الهاتف او عبر الشبكات الكمبيوترية او عبر أي وسيلة تقنية.

من وجهة نظر منظمة التجارة العالمية: _

مجموعة متكاملة من عمليات انتاج وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل الكترونية.

التجارة الالكترونية : _

هي تجارة لأنها : _

تتضمن تبادل السلع والخدمات بالنقود او ما في حكمها

توصف بانها الكترونية : _

يتم انجاز معظم الصفقة او كلها من خلال وسائل الكترونية عادة عبر شبكة الانترنت أي انها مجموعة متكاملة من عمليات انتاج وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات باستخدام الوسائل الالكترونية.

(التجارة الالكترونية _ صلاح الدين حمزة الحسن).

3.2 السمات المميزة للتجارة الالكترونية: _

تتصف التجارة الالكترونية والتي ظهرت كمفهوم جديد نسبيا في القاموس التجاري خلال السبعينات بعدة سمات هي: _

_عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العملية التجارية

_عدم وجود أي وثائق ورقية متبادلة عند اجراء وتنفيذ المعاملات حيث ان كافة عمليات التفاعل بين طرفي المعاملة تتم الكترونيا .

_التفاعل الجماعي او المتوازي او بمعني اخر امكانية التفاعل مع اكثر من مصدر في نفس الوقت

_امكانية تنفيذ كل مكونات العملية التجارية بما فيها تسليم السلع غير المادية علي الشبكة.

4.2 تطور حجم التجارة الالكترونية: _

تطور حجم التجار الالكترونية بسرعة وتقوم مؤسسات بدراسات واعداد وتنبؤات بشأن حجم وعوائد التجارة الالكترونية وعلي الرغم من ذلك فما زالت الارقام والتوقعات غير مؤكدة , وتتفاوت ارقام وتحليلات الجهات المختلفة.

ادي تضارب الارقام بين الشركات المتخصصة الي عدم الانفاق علي رقم محدد للتجارة الالكترونية في الماضي او الحاضر او المستقبل , ويتراوح رقم التجارة العالمية في عام 2002 بين 350 الي 1234 مليار دولار

يعزي تفاوت تقديرات حجم التجارة الالكترونية الي عدم وجود تعريف دقيق محدد متكامل للتجارة الالكترونية ' وتنوع الانشطة التي تتضمنها التجارة الالكترونية

_شركة الحجم الاكبر في التجارة الالكترونية بين الشركات هي Business To Business (تتراوح بين 80_90%).

(اساسيات ومبادئ التجارة الالكترونية _م/ عبدالحميد وعبدالكريم عبدالحميد بسيوني)

5.2 تأثير التجارة الالكترونية :-

ان التجارة الالكترونية ليست بالحلم المستقبلي فهي شامخة امامنا بإنجازاتها ونجاحاتها الباهرة في العديد من مجالات الاعمال وعلي مستوي الافراد ايضا وفي ارجا مختلفة من العالم .

ولكننا نعرف ان هذه الا البداية . فالتجارة عن طريق الانترنت تتزايد بمقدار الضعفين او الثلاثة اضعاف كل سنة وفي غضون سنوات ما قيمة مئات الدولارات من السلع والخدمات . وازاء واقع حوالي 1000 مليون شخص من جميع انحاء العالم أي حوالي 20% من سكان العالم سيتم ربطهم بواسطه الانترنت في غضون اقل من 15 سنة فإنه لا مفر تقريبا ان تكون التجارة الالكترونية اكثر الوسائل فاعليه في الوصول الي معظم المستهلكين من الاقتصاد العالمي وعلي الرغم من ان التجارة الالكترونية تمثل حسب احصائيات عام 2000 فقط حوالي 250000 مليون دولار ومشتريات الشركات عن طريق الانترنت اليوم فإنها ستصل بحلول عام 2007 الي اكثر من 700000 مليون دولار (7 ترليون) .

كما تشهد ايضا قدر هائل من الحركة فيما تبدا الشركات بجعل اقسام خدمات الزبائن لديها تستخدم الانترنت

وقد بدأنا اخري الان تطور نشاطات تجارة التجزئة علي الانترنت _بيع الكتب والزهور والسيارات والكثير من السلع والخدمات الاخرى .

فبالنسبة للشركات التي تستثمر القدرات المحتملة الكامنة للتجارة الالكترونية بشكل كامل فان هذه النوع من التجارة سيوفر لها امكانية التغير نحو الافضل _تغيرات قادرة علي وحدات تحول جزري في مجال توقعات العملاء بحيث يصبح من المستحيل علي اية شركة تتجاهل التقنيات الجديدة التكيف والبقاء في عالم متغير علي الدوام.

_ تأثير التجارة الالكترونية علي الاسواق واداء المؤسسات التجارية وقدرتها التنافسية يمكن ملاحظته من خلال تغيرات هيكلية في نواح ثلاث :-

1|تغيرات استراتيجية في نموذج عمل المؤسسات وهيكلها التنظيمي وهذا واضح في التاجر الالكتروني والمشاريع الافتراضية.

2|تغيرات في هيكل السوق مما يخلق تحديات جديدة .

3| تغيرات ايجابية مباشرة علي تكلفة الصفقة الي حدود الصفر في كثير من الاحيان وهذا هو احدا اسباب نمو التجارة الالكترونية وتوسعها المطرد.

(الاعمال الالكترونية _ د. سعد غالب التكريب)

6.2 اهمية التجارة الالكترونية :-

لا تجارة من غير نقل ولا نقل من غير تجارة وان هنالك علاقة تبادلية فاعلة بين النقل والتجارة ومن ثم فان الطلب علي وسائل النقل المختلفة مرهون بمدى اتساع نطاق التجارة الخارجية بجناحيها المتمثلين في الصادرات والواردات 'وتمثل تكلفة النقل نسبة كبيرة من سعر السلعة ففي دراسة للبنك الدولي اثبت انه بينما لا تشكل تكلفة النقل سوى 10% من التكلفة النهائية لبعض المنتجات في الدول الصناعية فان هذه النسبة ترتفع لتصل الي حوالي 50% في الدول النامية بسبب ضعف شبكات النقل وعدم ترابطها .

ويذهب الفكر الاقتصادي الي ان التجارة لا تقوم متي ما كان الفرق بين سعر السلعة في بلد التصدير وبين سعرها في بلد الاستيراد مساويا او اقل من تكلفة النقل وبمعني اخر فان التجارة تقوم متي ما كان الفرق بين السعرين اكبر من تكلفة النقل بمعني ان ربح التجارة يقل دائما بقدر تكلفة النقل ومن ثم فانه كلما كانت تكلفة النقل اقل كلما كان سعر السلعة قادرا علي المنافسة في الاسواق الخارجية وارتفعت تبعاً له حجم الصادرات وازداد ربح المصدرين .

ومن الفوائد التي نجنيها عبر التعامل عن طريق التجارة الالكترونية هي ان :-

1_تعتبر التجارة الالكترونية وسيلة فعالة لتوسيع نطاق الاسواق المحلية بحيث تتصل ببعضها البعض علي مستوي العالم ومن ثم تساهم بكفاءة من تسويق السلع والخدمات علي مستوي العالم .

2_تساعد علي سرعة الاستجابة لطلبات العملاء اذا ما قورنت بالمعاملات الورقية التقليدية التي تستغرق وقتاً اطول حتي يمكن تلقي اوامر الشراء والرد عليها .

3_تقلل المخاطرة المرتبطة بتراكم المخزون من خلال تخفيف الزمن الذي يستغرقه معالجة البيانات او المعاملات المتعلقة بالطلبات .

تساعد التجارة الالكترونية علي توفير نظم معلومات تدعم اتخاذ القرارات الادارية من خلال نظام تبادل المعلومات بدقة وبطريقة علمية تحقق القدرة علي الرقابة والضبط المحاسبي .

4_تعتبر التجارة الالكترونية احد الاليات الهامة التي تعتمد عليها عولمة المشروعات التجارية والانتاجية والبنوك والبورصات .

6_التجارة الالكترونية اداء لزيادة القدرة التنافسية وزيادة الصادرات بسهولة الوصول الي مراكز الاستهلاك وامكانية تسويق السلع والخدمات عالميا وسرعة عقد وانها الصفقات وتحليل الاسواق والاستجابة لتغيرات احتياجات ومتطلبات المستهلكين .

7_تسمح للفرد بالعمل في منزلة وتقلل وقت التسوق مما يعني ازدياد مرور اقل وخفض نسبة تلوث الهواء .

8_تسمح ببيع بعض البضائع بأسعار زهيدة وبذلك يستطيع الافراد الذين دخلهم المادي ليس بالرفيع يستطيعون شراء هذه البضائع مما يعني رفع مستوى المعيشة للمجتمع ككل.

(مرشد الانكباء الكامل التجارة الالكترونية)

7.2 انواع التجارة الالكترونية:

1.7.2التجارة الالكترونية بين وحدات الاعمال:_

او تجارة الاعمال مع الاعمال او الشركة للشركة Business to Business

هي تجارة تتم بين مؤسسات الاعمال , وفيها تقوم الشركة او المؤسسة باستخدام شبكة الاتصال وتكنولوجيا المعلومات لتقدم طلبات الشراء الي مورديها وتسليم الفواتير والدفع , يعد هذه النوع اكثر انواع التجارة الالكترونية شيوعا في الوقت الحالي داخل الدول او بين الدول باستخدام تبادل الوثائق الكترونيا , ويبلغ حجم هذه التجارة حوالي 85% من حجم التجارة الالكترونية الاجمالية في الوقت الحاضر .

2.7.2_ التجارة الإلكترونية بين وحدة المستهلك :-

او تجارة الاعمال مع المستهلك او شركة المستهلك Business to Consumer

هو بيع المنتجات والخدمات من الشركات للمستهلك من خلال بيع التجزئة للمستهلك 'وقد توسع هذا الشكل كثيرا فتوفرت المراكز التجارية (مول) علي الانترنت لتقديم كل انواع السلع والخدمات 'وتسمح للمستهلك باستعراض السلع وتنفيذ عملية الشراء 'ويتم الدفع بطرق مختلفة منها بطاقات الائتمان والشيكات الالكترونية او نقدا عند التسليم او يطلق عليها B2C بطرق اخرى يرمز لهذا النوع من التجارة الالكترونية اختصارا برمز

E_Retailin 'وقد تسمي باسم تجارة التجزئة الالكترونية E_shopping اسم التسوق وتتوجه نحو المستهلك في متاجر الكترونية افتراضية علي شبكة ويب ويبلغ حجم هذه التجارة 10% من حجم التجارة الالكترونية الاجمالية في الوقت الراهن

كما يمكن تقسيم التجارة الالكترونية الي :-

_تجارة الكترونية بحتة :- يكون فيها الوكيل رقمي والعملية رقمية

_تجارة الكترونية جزئية:- يكون فيها احد عوامل العملية التجارية الالكترونية رقمي وبقية العوامل ملموسة .

(التجارة الالكترونية _عبدالحميد بسيوني)

8.2 انواع السلع والخدمات الالكترونية :-

يمكن تقسيم سلع وخدمات التجارة الالكترونية الي نوعين :-

1_سلع وخدمات غير ملموسة مثل البرمجيات الحاسوبية 'الافلام 'المقطوعات الموسيقية والاغاني بالإضافة الي خدمات التسلية والترفيه وخدمات السفر والخدمات المالية .

2_سلع ملموسة مثل الحواسيب الالية 'الكتب 'الملابس 'الأطعمة والمشروبات.

9.2 هيكل التجارة الالكترونية :-

كثير من الناس يعتقد ان التجارة الالكترونية تقتصر علي الحصول علي موقع في الانترنت لكنها اكبر من ذلك فهناك الكثير من تطبيقات التجارة الالكترونية مثل البنوك الإنترنتية ' التسوق في المجمعات التجارية الموجودة علي الانترنت ' شراء الاسهم 'البحث عن عمل ' القيام بمزادات والتعاون مع بقية الافراد في اعمال عدة ولتحقيق هذه التطبيقات يستلزم الحصول علي بنيه تحتية وانظمة معلومات داعمة بالإضافة للاعتماد علي اربعة محاور اساسية :-

أ)العنصر البشري

ب)القوانين والسياسات العامة

ج)المعايير التقنية

د) وجود شركات اخري.

10.2 البنية التحتية للتجارة الالكترونية :ـ

يمكن حصر الاحتياجات التقنية (البنية التحتية للتجارة الالكترونية) في اربعة احتياجات :ـ

- 1_ الاجهزة وتشمل الحواسيب الالية 'مسير وموجه للمعلومات ' كاييلات وتقنيات جديدة للاتصالات .
- 2_مقدمو خدمات التوصيل بالشبكات العامة المفتوحة (الانترنت) وهي الجهات التي تقوم بتوفير خدمة الانترنت في الدول المختلفة كمؤسسة الاتصالات بدولة الامارات والشركات الخاصة الموفرة لخدمة الانترنت بلبنان والشركة السودانية لشبكة الاتصالات المحدودة (سودانت) في السودان .
- 3_ البرمجيات وتشمل التشغيل 'برمجيات الايجار بالانترنت بالإضافة الي حزم برمجيات التجارة الالكترونية .
- 4_الخدمات المحولة وهي خدمات تتعلق بإتمام الصفقات التجارية كالإعلام ' طرق الدفع والتسليم وخدمات التحقق من الاهلية .

11.2 انظمة المعلومات :ـ

هنالك عدد انظمة المعلومات للتعامل بين المؤسسات وهي :ـ

- 1_ التبادل الالكتروني للبيات : يوفر اتصال الشركات بصورة امنه عبر شبكات القيمة المضافة .
- 2_ الشبكة الاضافية: توفر اتصال الشركات بالشركات عبر الانترنت ' التحويل الالكتروني للأموال والاستثمارات الالكترونية.
- 3_التواصل الكامل: هو عملية ارسال الرسائل الالكترونية (الايميلات) ووثائق الفاكس عبر نظام موحد للإرسال الالكتروني .

4_ قواعد البيانات المتقاسمة :المعلومات المخزنة في قواعد البيانات تكون قابلة للمعاينة من قبل جميع الاطراف المشاركين في التجارة والغرض منها تقليل الوقت اللازم للإرسال البيانات واستقبالها اذا لم تكن البيانات مفتوحة للجميع القائمة تجري عبر شبكات إضافية .

12.2 الشراء بالوسائل الالكترونية :ـ

هنالك معايير يجب توفرها قبل الشراء من المواقع الالكترونية اهمها تحري التعامل مع المواقع المحترمة التي تضمن للتعامل معها الدقة و الامان والسرية والسرعة في التعامل والتي تتوفر فيها الشروط الاتية :ـ

- 1_ تقديم الموقع خدمة الدفع بواسطة بطاقات الائتمان من خلال خادم امن وموقع مشفر .
- 2_ تقديم خدمة شحن امانة ومضمونة كما يجب ان يتحمل الموقع مسئولية توصيل البضاعة للعملاء بأمان وسرعة.
- 3_ إعلان الموقع عن سياسته تجاه العملاء والتزمه بخصوصية الخدمة وسياسة إرجاع البضائع.
- 4_ توفير قسم لخدمة العملاء قبل البيع وبعده وتعين موظفين مسئولين من الرد علي استفسارات العملاء .
- 5_ إعلان الموقع بوضوح عن صفته الرسمية وعنوانه الدائم وإرقام التلفونات والفاكس والبريد الالكتروني .

13.2 كيفية شراء المنتج :ـ

يتم شراء المنتجات الالكترونية بعدة طرق منها :ـ

- 1_ الكاتلوجات الالكترونية : وهي عبارة عن كتيبات تشمل معلومات عن مواصفات السلع 'اساليب الدفع ، طرق الشحن ،التخفيضات بالإضافة الي صور السلعة المعينة.

2_العربات الالكترونية : وهي عبارة عن اماكن الكترونية مخصصة لجمع البضائع التي يرغب الانسان في شراءها الي حين الانتهاء من عملية التبضع.

3_الاستثمارات الالكترونية : وهي عبارة عن فورمات او استثمارات تملا بواسطة المشتري ويوضح فيها مواصفات الطلبات التجارية .

4_قاعدة البيانات : تحتفظ بعض الشركات بقاعدة بيانات بها مواصفات السلع واسعارها بالإضافة الي طلبيات الزبائن السابقة حتي يمكن الرجوع اليها عن الوجه .

5_ التكامل مع برمجيات اخرى من اجل حساب كلفة الضرائب ،الشحن والتوزيع.

14.2 وسائل التعامل والدفع :-

بعد ان يحدد المشتري السلعة التي يرغب في شراءها عليه ان ينهي عملية الشراء عبر بعض الاجراءات والخطوات المكملة وهي:-

1_ بطاقة الائتمان : وهي وسيلة لإتمام صفقات البيع والشراء عبر الشركة او يتم الدفع بواسطة التحويلات البنكية او الشيكات(التي ثبت عدم جدواها في مواقع التسويق الالكتروني). بعد الدفع يقوم البائع بشحن البضاعة بواسطة شركة الشحن ويرسل تفاصيل الشحن ورقم البوليصة للعميل حتي يتمكن من متابعة الشحن عبر الانترنت .

2_التوقيع الالكتروني : يسهل العمليات التجارية عبر الانترنت وهو يحقق السرعة والامان ويقلل من التكلفة .

3_ البصمة الالكترونية : هي بصمة رقمية يتم التقاطها وفق خوارزميات معينة تدعي دوال او افتراضات التمويل. تطبق هذه الخوارزميات حسابات رياضية علي الرسالة لتوليد بصمة تمثل ملف كاملا او رسالة وتدعي البيانات الناتجة بالبصمة الالكترونية للرسالة واي تغيير في الرسالة يؤدي الي تغيير في البصمة وتستخدم في انشاء التوقيع الرقمي .

4_ التوقيع الرقمي :مهمته التأكد من ان الرسالة قد جاءت من مصدرها دون تعرضها لاي تغيير اثناء عملية النقل ومن فوائد انه يمنع المرسل من التكرير للمعلومات التي ارسلها.

5_ إدارة سلسلة التوريد : هو التعاون ما بين الشركات ومزوديهها ومستهلكيهها في مجال التنبؤ بالطلب وإدارة قائمة الجرد وانهاء الطلبات التجارية ويؤدي الي خفض البضائع المخزنة وتسريع شحن البضائع والسماح بالتصنيع الانمي

(نقطة التجارة السودانية بين السائل والمجيب)

15.2 مزاياه التجارة الالكترونية : _

1_ تمثل التجارة الالكترونية اسلوبا مميزا في عقد الصفقات التجارية الناجحة كما توفر فرصا للاستثمار بعيدا عن معوقات التجارة التقليدية مثل الرسوم غير الجمركية ومشاكل منافذ النقل والاجراءات الروتينية الاخرى .

2_ تعد التجارة الالكترونية وسيلة فعالة في تنفيذ وتنشيط وتنظيم المشروعات وتحقيق اهدافها المتمثلة في المحافظة علي حقوق اصحاب المشروع وزيادة الربحية وسرعة دوران راس المال.

3- العمل بالتجارة الالكترونية يعتبر تحولا نحو تنظيم التصنيع الحديث واعادة هيكلة الشركات وتحويلها من شركات مترهلة تعاني من مشاكل مالية وادارية الي شركات متوازنة ماليا واداريا .

4_ من اهم مزايا التجارة الالكترونية الاهمية النسبية للزمن حيث تقوم بتسريع الدورات الانتاجية من خلال التنسيق بين المنشآت وسرعة الحصول علي اكبر قدر من المعلومات عن الاسواق والمنتجات والشركاء والمتعاملين معا .

5_ خفض تكاليف المعاملات التجارية لصالح المستهلك بإلغاء دور الوسطاء .

6_ سهولة الاتصال المباشر مع الجهات المستورد وسهولة الترويج للسلعة وتحديد المواصفات المطلوبة دون حوجه الي وسيط .

7_ تساعد علي سرعة الإجراءات وهي بذلك توفر الوقت والجهد .

16.2 المشاكل التي تواجه التجار الالكترونية :-

1- عنصر المخاطرة في التجارة الالكترونية نتيجة لضعف الثقة في التعامل بهذه الطريقة سواء لجدتها او لسهولة التلاعب في المعاملات التي تجري بواسطتها .

2- عدم كفاية عناصر الامان بالنسبة لوسائل السداد .

3- صعوبة التعامل في كثير من الاحيان نتيجة لتعدد المقاييس المعيارية التي تطبقها الدول المختلفة .

4- الخشية من اختراق المواقع التجارية من جانب قرصنة الانترنت .

5- القصور في تطبيق قواعد حماية الملكية الفكرية في العديد من التشريعات .

6- عدم وجود تشريعات متكاملة تنظم التجارة الالكترونية وما يتعلق بها من موضوعات.

الفصل الثالث

نقطة التجارة الالكترونية

3.1 تمهيد

التجارة الالكترونية هي احد مظاهر التغير في الصيغ القديمة للمعاملات الاقتصادية التي تمخض عنها عصر العولمة ومواكبة لهذه التغيرات بدا تطبيق التجارة الالكترونية لأول مرة في السودان في منتصف التسعينات من القرن الماضي غير انها لم تصبح معروفة الا في نهاية التسعينات انشأت الدولة عدد من مراكز التجارية المتخصصة بهدف تعريف التجار علي التجارة الالكترونية وتشجيعهم علي التعامل بها .ومن اهم هذه المراكز النقطة التجارية السودانية .

3.2 النقطة التجارية السودانية : _

هو عبارة عن مركز ترويج وتسهيل تجاري يستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لخدمة التجار ، رجال الاعمال والمستثمرين السودانيين بالتركيز علي الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم حيث يتلقون من خلاله كافة الخدمات والمعلومات المتعلقة بالتجارة المحلية والدولية .

1.2.3 نشاه النقطة التجارية السودانية : _

ضمن برامج النقاط التجارية الذي وضع عام 1992 صدق المجلس الوطني علي قانون نقطة التجارة السودانية في مايو 2001م وبموجبة تم الحصول علي شهادة الاشراف الكامل وتأسيس سبعة نقاط فرعية بولايات السودان المختلفة هي بورتسودان ،كسلا ، القضارف ،الابيض ،النهود ،الفاشر ونيالا .

_انشئت نقطة التجارة السودانية بهدف تنشيط الصادرات السودانية من خلال استخدام احدث وسائل تكنولوجيا المعلومات التي تمكن من التواجد الفاعل والمستمر للمنتجات السودانية علي الشبكة الدولية علي مدار ال 24 ساعة في اليوم مما يسهم في تسهيل نفاذ المنتج السوداني للأسواق العالمية بالإضافة لتتويج توليفة الصادرات السودانية وتتنوع الاسواق والترويج لهذه المنتجات عبر الشبكات العالمية بالإضافة لدورها الاساسي في دعم متخذي القرار بالدولة من خلال توفير المعلومة ذات الدقة والموثوقية العالية في الوقت المناسب .

_قامت نقطة التجارة الالكترونية خلال العام 2009م بعدد من الانشطة في مجال : الترويج الالكتروني للصادرات السودانية لعدد 1500 فرصة صادر عبر موقع التجارة الالكترونية وموقع علي بابا والاتحاد الفيدرالي للنقاط في تحديث 8 كتالوجات إضافة الي تصميم كتالوج للنباتات الطبية والعطرية ، تطوير الدليل التجاري علي الموقع الالكتروني والترويج للشركات من خلاله، تنمية وتطوير القدرات المؤسسية والبشرية في النقطة ،اصدار نشرة الكترونية يومية وشهرية للعملاء .

(العرض الاقتصادي 2009).

2.2.3 الاهداف الاستراتيجية لنقطة التجارة السودانية :-

تسعي نقطة التجارة السودانية الي تحقيق هدف الدولة المتمثل في تنظيم وتنمية النشاط الاقتصادي ودفع عجلة التصدير في إطار الاستراتيجية العامة للدولة من خلال:-

1_تشجيع وترويج وتنمية الصادرات والاستثمار والخدمات .

2- التسويق للمنتجات السودانية المتميزة عبر الشبكات العالمية للمساعدة في عملية نفاذها في الاسواق العالمية

3- توفير المعلومات عن السلع والخدمات المتاحة في الاسواق المحلية والعالمية ويشمل ذلك وصف المنتجات والكميات المتوفرة والاسعار وعناوين الشركات المنتجة .

4- ربط السودان بالشبكات الالكترونية العالمية .

5- تسهيل العمليات التجارية وتخفيض تكلفة المعاملات التجارية وذلك بتجميع كل المشاركين في العمليات التجارية تحت سقف واحد .

6- تطوير نظم التجارة الخارجية واجراءاتها .

3.2.3 خدمات نقطة التجارة السودانية التي تقدمها :-

هنالك عدد من الخدمات التي تقدمها النقطة للمشاركين بها ومنها ما يلي :-

1- توفير الفرص التجارية الالكترونية لرجال الاعمال (يستخدم النت كوسيط).

2- ترويج المنتجات السودانية عبر الشبكات العالمية .

3- توفير الفرص الاستثمارية للمشاريع التجارية والصناعية وتقديم خدمات عامة وحديثة سواء كان بالتمويل او المشاركة .

هنالك خدمات إضافية تقدمها النقطة التجارية للراغبين من رجال الاعمال وهي :-

_خدمات البريد الالكتروني والوصول الي شبكة الانترنت .

_تصميم واستضافة الصفحات علي الويب .

_خدمات الترجمة .

4.2.3 المعلومات التي تقدمها نقطة التجارة السودانية :-

-خارطة التجارة: تشمل احصائيات تجارة السودان سلعيًا وجغرافيًا وتغطي فترة أكثر من عشرين عام .

-خارطة الزراعة: تشمل المساحات المزروعة والانتاج والانتاجية بكل ولايات السودان المختلفة لاهم المنتجات

الزراعية منذ العام 1970م .

-قاعدة بيانات البنوك: توفر كل المعلومات الأساسية والموحدة عن البنوك العاملة وفروعها وكل اجراءات

المتعلقة بعمليات التجارة الدولية .

-قاعدة بيانات الجمارك :توفر المعلومات عن كل التسهيلات الأساسية عن التعريفية الجمركية والإعفاءات

والاتفاقات الجمركية .

-قاعدة بيانات النقل : توفر كل المعلومات الأساسية عن شركات النقل العاملة الجوية ، البحرية والبرية

بالإضافة للمعلومات المتعلقة بالتكلفة والاماكن الشاغرة .

-قاعدة بيانات التامين : توفر كل المعلومات الأساسية عن شركات التامين وفروعها وكل اجراءاتها المتعلقة

بالتجارة الدولية .

_ومن خلال موقع النقطة يمكن الحصول علي كثير من المعلومات الأساسية المتعلقة بالتجارة الدولية وتطويرها

منها :_

-المعلومات الأساسية عن السودان وتشمل الموقع، الجغرافيا ،اللغات والمواصلات .

-الآخبار الاقتصادية الهامة والمتجددة يوميا .

-معلومات عن المصدرين والمستوردين السودانيين حيث يمكن البحث عنهم عن طريق الاسم ، المدينة، او النشاط وكذلك المعلومات الاساسية عن المصدرين والمستوردين الاجانب لتحقيق المنفعة المتبادلة .

5.2.3 الوسائل والاليات التي تنتجها نقطة التجارة السودانية في الترويج للسلع والخدمات :-

يهدف الترويج الي تنمية الصادرات السودانية وجذب الاستثمار الاجنبي واستغلال الطاقات المتاحة حيث تقوم النقطة بالترويج الالكتروني للمنتجات والشركات السودانية والمشاريع الاستثمارية والخدمات من خلال استخدام الاليات والوسائل الاتية :-

-الشبكات العالمية المرتبطة بها نقطة التجارة السودانية مثل شبكة نقاط التجارة السودانية

شبكة اتحاد نقاط التجار العربية ،(WTPF) شبكة الاتحاد الفيدرالي لنقاط التجارة الدولية(STP)

(ATPF)الاسواق الالكترونية علي شبكة الانترنت

بوقع الاتحاد الفيدرالي لنقاط التجارة والدليل التجاري السوداني GTDSالدليل التجاري العالمي

(STDs).

_تصميم كتالوجات الكترونية للمنتجات والشركات السودانية

-المعارض الدولية المتخصصة .

_(Video Conference)المؤتمرات المرئية

6.2.3 اهم الشرائح المستفيدة من خدمات نقطة التجارة السودانية :-

_مؤسسات القطاع العام بالدولة .

_مؤسسات القطاع الخاص.

_السفارات والملحقات الاقتصادية والتجارية داخل وخارج البلاد .

_النقاط التجارية بالدول الاخرى.

_الباحثون .

(نقطة التجارة الالكترونية بين السائل والمجيب) .

7.2.3 افاق التجارة الالكترونية في السودان :-

يعتبر السودان مكان جيد لاستخدام التجارة الالكترونية بنجاح لأنه يمتلك :

1_بنية تحتية جيدة تتمثل في:

أ/ سودا تل وهي احدي شركات الاتصال الناجحة في افريقيا والشرق الاوسط .

ب/ اربعة شركات انترنت تزود الخدمات الجانبية للجمهور .

ج/ عدد من الجامعات والمعاهد التكنولوجية .

2_ الموارد الطبيعية الممتازة :السودان يزخر بثروات طبيعية هائلة مثل البترول ،المياه والارض وعدد من

الموارد الطبيعية .

3_ الموارد البشرية :متمثلة في العمالة المهرة في مختلف المهارات .

4_ الموقع المتميز : السودان اكبر بلد في افريقيا تحده عدد من الدول وهذا يعني وجود سوق الكتروني جيد .

هنالك العديد من المجالات التي يمكن ان يستفيد منها السودان عبر التجارة الالكترونية وتشمل هذه المجالات
:-

1_ شراء وبيع السلع علي الانترنت .

2_ استخدام التجارة الالكترونية لخلق نوعية جيدة من المنتجات لم تكن موجودة من قبل .

3_ مجال تعليم علي الانترنت ، المكتبات الالكترونية والجامعات الافتراضية .

4_ تقديم خدمات استثمارية علي الانترنت .

5_ عرض المناطق الاثرية علي السواح المتجولين في الشبكة .

6_ تحويل واستقبال الاموال عن طريق تحويلات الدفع الالكتروني .

_اجري هذا البحث لدراسة استخدام التجارة الالكترونية من قبل الشركات المصدرة للسلع الزراعية في ولاية

الخرطوم ودراسة اثر هذا الاستخدام علي الصادرات الزراعية في جوانب مختلفة مثل التكاليف التسويقية للسلع

،جودة هذه السلع ،سوق العمل في مجال الصادرات الزراعية وفتح اسواق جديدة امام المنتجات الزراعية

السودانية .

اعتمد البحث علي البيانات الثانوية التي تم جمعها من نقطة التجارة السودانية بالطريقة التي تؤدي الي الغرض المطلوب ، وقد واجهة الباحثة العديد من العوائق المتمثلة في عدم توفر المعلومات من المؤسسات الحكومية وصعوبة الحصول علي البيانات نسبة للسرية التي تتبعها معظم المؤسسات الحكومية وغير الحكومية .

كذلك اعتمد البحث علي بعض المعلومات الاولية التي تم جمعها عن طريق المقابلة الشخصية لمسئولة نقطة التجارة السودانية واستند البحث علي معلومات جمعت من مصادر مختلفة ،تم تحليل البيانات باستخدام التحليل الوصفي للنسب المئوية وقد توصل الي النتائج هي .

الفصل الرابع:

التحليل وتفسير النتائج

جدول (1.4) : الدول المشتركة في صادرات السودان الالكترونية من محصولي (الفول السوداني والسمسم).

الدولة	قيمة الصادرات (مليون دولار)	الفول السوداني (مليون دولار)	النسبة(%)	السمسم (مليون دولار)	النسبة(%)
الأردن	28211	2087	37.43	26124	6.78%
تونس	18006	46	0.82	17960	5.05%
مصر	35244	173	3.10	35071	9.09%
لبنان	35002	17	0.30	34985	9.07%
اليمن	2262	577	10.35	1685	0.44%

المصدر: وزارة التجارة (نقطة التجارة السودانية)

الجدول(2.4): قيمة صادرات الفول السوداني الالكترونية لدول العالم المختلفة مع نسبها المئوية :

الدولة	النسبة(%)	الفول السوداني القيمة (مليون دولار)
Jordan	37.43	2087
Indonesia	32.41	1809
Yemen	10.35	577
Singapore	5.55	310
pakistan	3.87	216
united kingdom	3.41	190
Egypt	3.10	173
Ukraine	1.40	97
Tunisia	0.82	46

Belarus	0.54	30
Algeria	0.43	24
Lebanon	0.30	17

المصدر : نتائج البحث

الجدول ادناه يوضح قيمة صادرات السمسم الالكترونية لدول العالم المختلفة ونسبها المئوية :

الدولة	النسبة(%)	قيمة الصادرات (مليون دولار)
China	29.69	114455
saudi Arabia	14.59	56239
India	9.59	38354
Egypt	9.09	35071
Lebanon	9.07	34985
Jordan	6.78	26124
Greece	5.42	20898
Tunisia	4.66	17960
Turkey	4.48	17268
Korea	2.06	7967

Poland	0.93	3593
Taipei,Chinese	0.63	2432
Italy	0.49	1914
Yemen	0.43	1685
Algeria	0.39	1511
Japan	0.35	1350
Spain	0.34	1341
Singapore	0.15	593
Malaysia	0.12	495
Germany	0.12	489

المصدر : نتائج البحث.

_مساهمة السودان في السلع الزراعية المصدرة الكترونيا في العالم حوالي 0.21% من جملة صادرات العالم الالكترونية .

يتم تصدير مجموعة من السلع الزراعية عن طريق الترويج الالكتروني وتم اخذ سعلتان مصدرتان لنفس الدول بكميات مختلفة ودول مختلفة والمقارنة بينهما واطهرت النتائج ان معظم صادراتنا الالكترونية تذهب الي دولة الاردن بنسبة 37.43% من محصول الفول السوداني ونسبة 6.78% السمسم أي بمعنى ان الاردن تحتل المرتبة الاولى من صادراتنا الالكترونية في محصول الفول السوداني .

كما ان تونس اخذت نسبة 5.05% من صادرات السمسم ونسب 0.82% من صادرات الفول السوداني ،كما ان مصر تستورد ما يعادل حوالي 12.9% من محصولي الفول السوداني والسمسم وان كل من لبنان واليمن تستورد ما يعادل 20.79% من استيرادها للمحصولين مجتمعاً .

من جهة اخري احتلت إندونيسيا النصيب الاوفر من الصادرات السودانية الالكترونية لمحصول الفول السوداني وذلك ما يعادل نسبة 32.41% وبذلك يكون في المرتبة الثانية بعد الاردن مباشرة وجاءت بعدها اليمن بنسبة 10.35% ثم تلتها كل من سنغافورا وباكستان والمملكة المتحدة ومصر بنسب متقاربة تعادل علي التوالي (5.55%3.87_%3.41_%3.10%) ومن ثم اوكرانيا اخذت نسبة 1.40% وكان النصيب الاقل من صادرات الفول السوداني لكل من تونس وبلاروسيا والجزائر ولبنان بنسبة اقل من ال1% كل دولة .

_من جانب محصول السمسم وجد ان اعلي نصيب او نسبة كانت لصالح الصين حيث انها تستورد ما يعادل 29.69% من الجملة الكلية للصادرات السودانية الالكترونية ثم تلتها المملكة العربية السعودية بنسبة 14.59% وتلتها الهند بنسبة 9.59% وكان نصيب كل من (مصر-لبنان -الاردن -روسيا-تونس وتركيا وكوريا)مجتمعا بنسب 41.56% من جملة صادرات محصول السمسم الالكترونية ،وكانت اضل نسبة من صادرات السمسم الالكترونية لدول اخري مختلفة تعادل 6%.

_مساهمة السودان في الصادرات الالكترونية العالم ضئيلة جدا وهذا يعني ان السودان غير متفاعل او مهتم بالعملية الالكترونية في مجال التصدير وهذا ان دل انما يدل علي ان التجارة الالكترونية لم تأخذ نصيبها في السودان بعد وانحصر دورها في الترويج فقط وذلك قد يعود الي اسباب عديد قد تكون عدم معرفة الناس بها او الجهل الالكتروني الذي يتفشى في المجتمع او قد يكون الخوف من التعامل بمثل هذه المعاملات او عدم وجود كوادر مؤهلة بالإضافة الي عدم وجود الامكانية (الاجهزة وغيرها) او عدم وجود بنية تحتية تشجع وتساعد للتعامل بالتجارة الالكترونية مثل وجود شبكة كفؤ تربط العميل بالبنك بالميناء او قلة العروض المقدمة عالميا او الاعتقاد بعدم جدواها او عدم التفكير في استخدامها حاليا وكل هذه اسباب تجعل نسبة معاملة الالكترونية للسودان عالميا بهذا القدر او هذه النسبة المتحصل عليها .

وهذه النسبة لا تمكن من فتح اسواق جديد بالصور المطلوبة ولا تعمل علي الاستفادة من ميزات التجارة الالكترونية اما في حالة ارتفاع هذه النسبة وتحقيق العوائد المطلوبة فانه من الممكن فتح اسواق جديد وتحسين جودة السلع المصدرة وتوطيد العلاقات بين الدول وتحسين الميزان التجاري .

من جانب اخري نجد ان معظم صادراتنا الالكترونية تذهب الي دولة الاردن وخصوصا لمحصول الفول السوداني ومن هذا علينا المحافظة علي هذه النسبة والعمل علي زيادتها وقد يرجع هذا ان الاردن تستفيد استفادة قصوى من استيرادها لمحصول الفول السوداني ويجب رفع نسب الصادرات الالكترونية لبقية الدول الاخرى.

الفصل الخامس

الخلاصة والتوصيات

اجريت هذه الدراسة عن استخدام التجارة الالكترونية في مجال تصدير السلع الزراعية في ولاية الخرطوم وتمثل الهدف الرئيسي للبحث في دراسة استخدام تقنية التجارة الالكترونية من قبل الشركات المصدرة للسلع الزراعية في ولاية الخرطوم وتأثير هذا الاستخدام علي الصادرات الزراعية من جوانب مختلفة مثل جودة السلعة وسوق العمل في مجال الصادرات الزراعية ،وفتح اسواق جديدة امام المنتجات الزراعية السودانية .

اعتمد البحث علي البيانات الاولية والثانوية التي جمعت من مصادر مختلفة بغرض تحقيق اهداف البحث .اشتملت البيانات الاولية علي المقابلة الشخصية اما البيانات الثانوية فتمثلت في الكتب ،المنشورات ،المطبوعات ذات الصلة بموضوع البحث والبيانات التي تم جمعها من نقطة التجارة السودانية موقع الدراسة واتبع البحث منهج التحليل الوصفي للنسب المئوية للبيانات التي جمعت وقد توصل الي عدة نتائج اهمها: ان صادرات السودان الالكترونية عالميا تمثل حوالي 0.21%وهي نسبة بسيطة جدا وغير فعالة وهي لا تحقق الميزات المرجوة من العملية الالكترونية لصادرات السلع الزراعية وقد بينت الدراسة ان هذا النسبة ترجع الي عدة عوامل تم ذكرها وان هذه العوامل هي التي تجل السودان غير قادر للاستفادة من الفوائد التي تجني عن طريق التجارة الالكترونية وانه اذا تم العمل علي رفع هذه النسبة اصبح من المستطاع فتح اسواق عالما امام صادراتنا الزراعية وتحسين من جودة السلع وتقليل تكاليف تواجه المصدرين .

ايضا اظهرت الدراسة ان معظم صادراتنا الزراعية الالكترونية من الفول السوداني من جملة الصادرات الالكترونية تذهب من نصيب الاردن بنسبة 37.43% وما يعادل 6.78% من محصول السمسم لنفس الدولة وهذا يعني ان الاردن تستورد الفول السوداني بنسبة اكبر من السمسم .

وان هنالك دول تشترك في صادراتنا الزراعية الالكترونية لمحصولي الفول السوداني والسمسم بنسب متفاوتة وكميات مختلفة وهي (الاردن_ تونس_ مصر_ لبنان واليمن) ، وان الدولة الاخرى التي تأخذ نصيب اعلي من صادرات الفول السوداني الالكترونية بعد الاردن مباشرة هي إندونيسيا بنسبة 32.41% تبتعتها اليمن من حيث الترتيب بنسبة 10.35% وندرجت تحتها دول مختلفة بنسب ضئيلة جدا متفاوتة تكاد تكون متقاربة .وهنالك دول كان نسبة صادراتنا الالكترونية لهذا المحصول اقل من 1%.

وكانت نتائج الدراسة للمحصول الثاني وهو السمسم من الصادرات الالكترونية السودانية اظهرت الدراسة ان الصين هي التي لها النصي الاكبر من صادرات هذه المحصول ما يعادل نسبة 29.69% تبتعتها المملكة العربية السعودية بنسبة 14.59% وتبتعتها الهند بنسبة 9.59% وهنالك تدول لا تتعد مجمل صادراتنا الالكترونية من هذا المحصول لها حوالي 6% ودول اخري بنسبة اكبر من هذه النسبة .

بناء علي النتائج السابقة ،قدم البحث هذه التوصيات والمقترحات التي تري الباحثة انها قد تكون قادرة علي جذب وتشجيع مصدري السلع الزراعية للتعامل بالتجارة الالكترونية كما ان هذه التوصيات يمكن ان تساهم في تطوير هذا الاسلوب من التجارة :

1-دعم نقطة التجارة السودانية وتأهيل امكانياتها والعاملين بها حتي تتمكن من القيام بدورها اكثر فعالية في ترقية وتطوير التجارة الالكترونية في مجال السلع الزراعية .

2-معرفة الحاسوب تعتبر المدخل الاساسي للتعامل بالتجارة الالكترونية لذلك من الضروري العمل علي محو مشكلة الامية الالكترونية مع توفير الامكانيات والاجهزة الازمة .

3-تدريب الكوادر البشرية وتأهيلها للعمل في هذا المجال.

المصادر:

- _ العرض الاقتصادي 2009م (وزارة المالية والتخطيط الوطني _ الادارة العامة للتخطيط والدراسات والسياسات) .
- _ بسيوني ، عبد الحميد وعبد الكريم ، اساسيات ومبادئ التجارة الالكترونية ، 1424 هـ _ 2003م ، دار النشر : 50 شارع ریحان عابدين . جمهورية مصر العربية (القاهرة) ، ص 40_41 .
- _ بسيوني ، عبد الحميد وعبد الكريم ، التجارة الالكترونية ، 2002م ، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع ، ص 61_62_63_64 .
- _ تقرير منظمة الاغذية 2011 م ، عزيزة الطيب عثمان (وزارة الزراعة والري _ الادارة العامة للتخطيط والاقتصاد الزراعي _ ادارة الامن الغذائي) .
- _ بدرية محمد جبريل ، اثر التجارة الالكترونية علي الصادرات الزراعية ، 2005 ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، دراسة سابقة .
- _ سعد غالب التكريتي / بشير عباس العلق ، الاعمال الالكترونية ، تاريخ النشر 1423 هـ _ 2002م ، عمان دار المناهج .
- _ صلاح الدين حمزة الحسن ، الاعمال الالكترونية ، تاريخ النشر 1425 هـ _ 2004م ، مكان النشر المطبعة العسكرية / جمهورية السودان ص 53 .
- _ طارق عبدالعال حماد ، التجارة الالكترونية ، 2002_2003 م ، دار النشر العلمية الجامعية ، جمهورية مصر العربية (القاهرة) ص 157 .
- _ محمد نور برهان / عز الدين خطاب ، التجارة الالكترونية ، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريد .
- _ تقرير سنوي ، مجلة علمية ، مركز التخطيط الاقتصادي (وزارة الزراعة) .
- _ نقطة التجارة الالكترونية بين السائل والمجيب ، مجلة علمية ، 2008 م ، وزارة التجارة _ نقطة التجارة السودانية .