النتائج والتوصيات

أشارت نتائج الدراسة إلي عدد من النتائج والتوصيات يذكر منها ما يلي:

1.إن المتغيرات الإدارية مهمة لأداء الصادر وكل ما كانت الإدارة متخصصة كانت أكثر التزاماً نحو العمل في مجال الصادر

2.تمثل خصائص الإدارة احد العوامل المهمة للدخول للأسواق الخارجية ، ويمكن أن تفسر الاختلافات بين مديري الشركات فيما يتعلق بالاتجاه والسلوك تجاه السوق الأجنبي.

3. توجد علاقة ما بين التزام الإدارة كمتغير إداري والمتغيرات الإدارية المذكورة.

4. تمثل خصائص الإدارة احد العوامل المهمة للدخول للأسواق الخارجية حيث أنها تساعد في تحقيق الأهداف الإستراتجية للصادرات السودانية .

5. يعد التزام الإدارة نحو الصادر عاملاً مهماً لأدارت الشركات ويتأثر هو الأخر بخصائص ، مواقف الإدارة وتوجهات الإدارة.

6.هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية ما بين خصائص الإدارة ، مواقف الإدارة ، توجهات الإدارة وأداء الصادرات (الأداء المالي ، الأهداف الإستراتيجية ، الرضا عن الأداء)

7. أن التزام الإدارة لايمثل متغير علائقي فحسب بل انه متغير لإدارة الشركات التي تريد تحسين أداء الصادر

8. لم يستفد السودان من موقعه بين الدول العربية للتصدير حسب نظرية (LOCATION THEORY) التي تفترض ان مزايا الموقع تنعكس على أداء الصادر .

9. الأجهزة الإدارية التي تعمل في مجال الصادر في السودان غير متخصصة بالشكل المطلوب.

10. ان الشركات السودانية المبحوثة لا تعطي اهتماما واضحا بالتخصص في مجال الصادر معتبرة ان هذا النشاط يمكن ان يقوم به اى شخص ، بالرغم وجود العلاقة القوية بين خصائص الإدارة والأداء المالي وتحقيق الأهداف الإستراتيجية للشركة.

11. هنالك عدم رضا لدى إدارات الشركات السودانية نحو للصادرات للدول العربية لأنها اقل من التوقعات.

12. جاء السودان في مؤخرة الدول من حيث الصادرات بين الدول العربية رغم موقعه وموارده الاقتصادية.

13. قلة الاهتمام بحوث التسويق ومعظم الشركات السودانية ليست لها إدارات بحوث تسويق الصادر .

14. السياسات الحكومية (الإجراءات التصديرية) تمثل مشكلة فيما يتعلق بأداء الصادر بالإضافة إلي مشكلات تتعلق بالتمويل.

15. ضعف القدرات التسويقية لدى إدارات التسويق في الشركات السودانية وعدم توافر المهارات البشرية المطلوبة ونقص التدريب مما أدي إلى ضعف الأداء.

16. محدودية طموح المصدر السوداني للتوسع والتطور والعمل للمستقبل الأمر الذي انعكس في عدم وجود رؤية مستقبلة لدى المدرين السودانيين بمعنى ليس هنالك شركات عريقة ذات خبرة طويلة في مجال الصادر

17. بعض الشركات ليست لها إدارات صادر و تعتمد على مسئولين أو ثلاثة وفي الكثير من الشركات السودانية يكون المسئول عن الصادر هو المدير التجاري.

18. تعتمد الكثير من الشركات على طلب المستوردين ولا تسعى للحصول على مستوردين ولا تقوم بالمبادرات وبذل الجهود التسويقية.

التوصيات

1. تبني مواقف واتجاهات جيدة نحو التصدير لتحسين أداء الصادرات السودانية

2. الالتزام بتحسين أداء الصادرات السودانية .

3. تبني أنماط وأساليب جديدة لإدارات التسويق من أجل رفع كفاءة التصدير في الحاضر والمستقبل .

4. بناء إستراتيجية مناسبة للاحتفاظ بعملاء الدول العربية من خلال تحليل الأسواق. العربية والعمل على فهم عميق لقاعدتهم وصولاً لتحقيق ولائهم .

5.بناء قاعدة للمعلومات عن عملاء المنتجات السودانية من خلال الاحتفاظ بسجلات منتظمة عن العملاء من الدول العربية بحيث يتم تصنيفهم حسب تعاملهم مع الصادرات المختلفة وفهم احتياجات وتطلعات كل فئة ثم العمل على تلبيتها .

6 . بناء علاقات قوية مع العملاء يعتبر من أهم الركائز الأساسية التي يمكن ان تعتد عليها الشركات في بناء علاقات صحيحة مع عملائها.

7. إجراء دراسات بين الحين والأخر للأسواق العربية للوقوف على مدى وجود الفرص التسويقية التي يمكن الاستفادة منها خاصة في ظل ظروف المنافسة الشديدة السائدة في السوق العربي وبالذات المنافسة من الشركات الغربية والاسوية.

8.بناء مواقف ايجابية لإدارة الشركات السودانية نحو الصادر.

9.إتباع التخصصية لأجهزة تسويق الصادرات السودانية.

10.إنشاء أقسام للصادر بإدارات الشركات السودانية.

11. على إدارة الشركات الاهتمام ببحوث تسويق الصادر.

12.التركيز على زيادة كفاءة الأداء الإداري لإدارات الصادر.

13. إصلاح السياسات التصديرية وتبسيط الإجراءات الحكومية.

14. العمل على إتباع التخصصية لأجهزة تسويق الصادرات السودانية.

15. الاستفادة من موقع السودان في المحيط العربي والإفريقي لزيادة حجم الصادر.

البحوث المستقبلية المقترحة

يوصي الباحث بإجراء العديد من الدراسات في هذا المجال ومنها:

1.دراسة عن اثر السياسات والتدخلات الحكومية المستمرة علي أداء الصادرات السودانية

2.دراسة العوامل غير الإدارية التي تؤثر علي أداء الصادر السودانية

3.دراسة عن الصادرات السودانية للدول الإفريقية

4.دراسة اثر استخدام التكنولوجيا الحديثة في ترويج الصادرات السودانية.

5.دراسة اثر إدراك المستهلك العربي للمنتجات السودانية.

المساهمة النظرية المساهمة العملية

سد الفجوة البحثي بتقييم أداء الصادرات السودانية للدول العربية بالاعتماد على معايير تقييم أداء الصادراتمستفيداً من المعايير التي تم اختبارها في بحوث سابقة بدول مختلفة ، وحسب مشكلات الدول النامية في مجال الصادر ، قام الباحث بتقييم متغيرات محددة بالتركيز علي الجوانب الإدارية وهي خصائص المنظمة ، المتغيرات الإدارية ، المتغيرات الخارجية كمتغيرات مستقلة وأداء الصادرات كمتغير تابع. لان الإدارة هي المسئولة عن القرارات التي تتخذ في المنظمة ، وحسب نظرية مراحل الدخول للأسواق العالمية (INTERNATIONALIZATION THEORY) يعتبر صانع القرار مفتاح التطور في مجال الصادر للانتقال من مرحلة إلي أخرى وذلك من خلال الخطوات والقرارات المطلوبة في كل مرحلة مثل المعرفة بالأسواق الدولي ، تجهيز الموارد .. الخ, ويرى العديد من الباحثين في هذا المجال ان خصائص الإدارة مثل المعرفة باللغات الأجنبية ، والمهارات الفنية ، الكفاءة المهنية وغيرها أمور مطلوبة وضرورية للمنظمات التي تريد التطور والعمل في مجال الصادر بالإضافة إلي خصائص الإدارة والتزامها للعمل في الصادر واخيراً فان المساهمة الإدارية في مجال الصادر تؤثر بطريقة مباشرة وغير مباشرة على أداء الشركات التي تعمل في التسويق الدولي على سبيل المثال الطريقة التي تختار بها الشركات الأسواق ، والدخول للأسواق.

وبناءاً على نتائج التحليل واختبار الفرضيات مع استثناء واستبعاد اثر بعض المتغيرات التي لم تندرج ضمن نموذج الانحدار وذلك لقلة تأثيرها فان نتائج التحليل تؤكد صلاحية هذا النموذج مفادها ان خصائص الإدارة ، ومواقف الإدارة ، وتوجهات الإدارة تؤثر على التزام الإدارة الأمر الذي ينعكس ايجابياً على أداء الصادرات السودانية وهي تمثل مساهمة الباحث النظرية في هذه الدراسة. وهي تنسجم مع نظرية المنظمة ونظرية العلاقات التسويقية.

- بينت الدراسة ان الإدارة التي تتوافر فيها خصائص جيدة ، وتوجهات ومواقف ايجابية سوف ينعكس ذلك على أداء الصادرات (الأداء المالي ، الأهداف الإستراتيجية ، الرضا عن الأداء)
- ان أداء الصادرات السودانية للدول العربية يمكن تحسينه من خلال رفع كفاءة الإدارة
- أداء الصادرات للشركات السودانية يتأثر بعدد من العوامل من أهمها العوامل الإدارية المتمثلة في خصائص الإدارة ، مواقف الإدارة ، توجهات الإدارة
- يعتبر التزام الإدارة نحو الصادر للشركات السودانية من العناصر الهامة لرفع كفاءة الصادرات السودانية.

وقد أثبتت هذه النتائج صحة كل الفروض ، كما **توصلت الدراسة** إلي عدة **توصيات** من أهمها: