



استهلال

قال تعالى
{يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا
أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا}

صدق الله العظيم

سورة النساء الآية (29)

إهداء

إلي من أحل البيع وحرّم الربا
وجعل العلم صدقة جاريه
وإلي . . تلك الشموع المحترقة التي أزكت بنارها
وهج المعرفة في
"حياتي"

إلي . . من صقلوا شكل هويتي برفقة الخير
الله . . وطني . . أسرتي . . أصدقائي . . زملائي
وإلي . . كل المهتمين بتطوير العلم
وإلي . . من علمونا أن الحياة إيمانٌ ومبادئٌ وقيم
وتضحية وإيثارا
وعلموني النقش علي الحروف
وإلي . . أساتذتي الأجلاء هذا حصاد ما زرعتهم
أهدي هذا البحث تواضعاً
.. وإحتراماً ..

شكر وتقدير

لشكر والحمد من قلى من بعد إلى الله العليّ القدير حمده ونستعين به ونستغفره وتوب إليه ونعوذ به من شرور أنفسنا
وسيئلت أعمالنا من يهيى لله فلا مضى له ومن يضال فلا هادي له. وأشهد أن لا إله إلا الله وأن
محمد عبده ورسوله.

الشكر موصول لأسرة المعهد العالي للدراسات المصرفية والمالية وعلي رأسهم منسقي
البرنامج ومشرفيه وأخص بالشكر الأساتذة المحاضرين وأسرة كلية الدراسات العليا جامعة السودان
وأثقم بالشكر إلى إدارة نقطة التجارة السودانية وأخص بالشكر الأستاذ الفاتح الزين الطيب المدير
العام لتوجيهاته القيمة وخبرته الثرة وبقية الإخوة العاملين.

والشكر الجزلى إلى الدكتور المشرف علي الرسالة الأستاذ موسى حسب الرسل محمد
وإلى الأستاذة فردوس قيس عباى التي قلمت بالطبعة وساعمت بالتحليل الإحصائى وإلى كل من
ساعدنى إرشاداً وتوجيهاً ونصراً لإخراج هذا البحث وكل من فاتنى ذكره وجزي لله الجميع خير
الجزاء.

الباحث

ملخص البحث

تناول البحث مبلئ وفنيل الةارة الإلكترونية من منظور وصفي تحليلي تطبيقي بحسبل أنها تجربة رائده أملتأ ثورة المعلومات وتطور وسائل الاتصالات خصة (الإنترنت) الأمر النل ألي إلي لستخدامها في شقي مجالات الحياة بصفة عامة والمجل التجاري والاقتصلي بصفة خصة وقد اتخفت هذه الدراسة نقطة التجارة السودانية مثلاً عملياً للتجارة الإلكترونية وتم بحث الجوانب الإدارية والفنية والهيكل الإدارية للنقطة بغية تطويرها ولستمرارها.

لشتمل البحث علي ثلاثة فصل والعديد من المباحث وخاتمة نوقش في هذه الفصل تعريف التجارة الإلكترونية وبيئتها باتجاهاتها الحولية والإقليمية والتحديث القانونية وتطرق البحث إلي أمن المعلومات والتوقيع الرقمي وتم لستبين آراء المبحوثين لاختبار صحة فروض البحث بالتحليل الإحصائي والمقيس الخملي والخاتمة احتوت علي العديد من التوصيل والنتائج وكل من أبرزها ضرورة شر الوعي للتجارة الإلكترونية بين كافة رجل الأعمال خصة المؤسسات الصغيرة ومتوسطة الحجم وتدريب الكوادر العملة علي أسس مبلئ التجارة الإلكترونية وعلوم الكمبيوتر والاتصالات وأخيراً العمل للتحل التدريجي من التجارة التقليدية إلي التجارة الإلكترونية لمواكبة العملة وترقية الصلرل وسرعة التابل التجاري وتخفيض تكلفته.

Abstract

This research deals with the principles and techniques of E-commerce from a descriptive practical and analytical perspective.

Enhanced by the advancements in the field of communication specially the Internet, E-commerce is considered to be the outgrowth of information revolution.

This brought about the application of E-commerce in almost all fields and particularly the fields of economics and commerce.

The Sudan Trade Point (STP) has been taken as a practical model in this study, involving in addition to administrative and technical aspects, the administrative structure of the STP in pursuit of upgrading and continuity.

The research study comprises 3 chapters and many themes and a conclusion. The definition of E-commerce and its environment has been thoroughly spelled out. The regional and global access facilitated by E-commerce has been fully explained. Moreover, the ensuing legal challenges can not be overcome as this has been an issue of debate as the cases before courts can not be enumerated.

The study discussed the issue of information security and digital signature. A questionnaire was handed out in order to test the hypotheses of the research by using statistical analysis and pentagonal scale.

The conclusion comprises many recommendations and results. Among which, the necessity to educate and train businessmen and the working cadre on the basics of E-commerce, computer sciences and communications. Finally, the process of transformation from traditional trade to E-commerce must be gradual in order to accommodate to Globalization and to increase exports. This internment . adds to the agility of trade exchange leading to lower costs and new markets

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	المحتوي
1-2	المقدمة
3	فروض البحث
4	هيكل البحث
5	تمهيد
	الفصل الأول
6-10	المبحث الأول: نبذة تعريفية عن التجارة الإلكترونية.
11-12	المبحث الثاني: طبيعة التجارة الإلكترونية .
13-14	المبحث الثالث: واقع التجارة الإلكترونية.
15-16	المبحث الرابع: مزايا وتنامي التجارة الإلكترونية.
17-18	المبحث الخامس: التجارة الإلكترونية والاسواق العربية.
19	المبحث السادس: الفرق بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية.
20-22	المبحث السابع: البيئة العامة للتجارة الإلكترونية.
23-25	المبحث الثامن: العلاقة بين التجارة الإلكترونية والتجارة الدولية.
	الفصل الثاني
26-33	المبحث الأول: الاتجاهات الوطنية والاقليمية والدولية للتجارة الإلكترونية.
34-43	المبحث الثاني: التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية.
44-48	المبحث الثالث: أمن معلومات التجارة الإلكترونية وقانونية التشفير.
49-53	المبحث الرابع: معوقات التجارة الإلكترونية.
54	المبحث الخامس: القانون السابري.
	الفصل الثالث
55-60	المبحث الأول: مستقبل التجارة الإلكترونية في السودان.
61-64	المبحث الثاني: دراسة حالة النقاط التجارية السودانية.
65-71	المبحث الثالث: تحليل البيانات المجمع بواسطة الإستبيان وإختبار الفروض.
	الخاتمة
	التوصيات المراجع والملاحق.

قائمة الجداول والأشكال والرسوم البيانية والخرط التنظيمية

العدد	عنوان الجداول
1	صور التجارة الإلكترونية
2	بيان حجم التجارة الإلكترونية

3	مستخدمي الإنترنت إلى عدد السكان والمناطق الجغرافية
4	رسم توضيحي للتحديات القانونية للتجارة الإلكترونية
5	نموذج إيضاحي للعقد الإلكتروني علي الإنترنت
6	جداول التحليل الإحصائي
7	استمارة الإستبيان
8	رسم يوضح مراحل التحول من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية
9	خريطة توضح الدول الأعضاء للإتحاد الفدرالي للنفا التجارية
10	الهيكل التنظيمي لنقطة التجارة (الحالي والمقترح)
11	خريطة السودان (النقاط الفرعية العاملة والمقترحة)

الفصل الأول

الإطار النظري المنهجي

- **المبحث الأول:** تعريف التجارة الالكترونية
- **المبحث الثاني:** [طبيعة التجارة الإلكترونية.](#)
- **المبحث الثالث:** [واقع التجارة الإلكترونية.](#)
- **المبحث الرابع:** مزايا التجارة الالكترونية.
- **المبحث الخامس:** الفرق بين التجارة الالكترونية والأعمال الإلكترونية.
- **المبحث السادس:** البيئة العامة للتجارة الالكترونية.

الفصل الثاني

- **المبحث الأول:** الاتجاهات الوطنية والاقليمية والدولية.
- **المبحث الثاني:** معوقات التجارة الالكترونية وحلول التجارة الالكترونية.
- **المبحث الثالث:** أمن معلومات التجارة الالكترونية وقانونية التشفير.
- **المبحث الرابع:** القانون السايبري.
- **المبحث الخامس:** التجارة الالكترونية والاسواق العربية.
- **المبحث السادس:** العلاقة بين التجارة الإلكترونية والتجارة الدولية.
- **المبحث السابع:** معوقات وحلول التجارة الالكترونية.

الفصل الثالث

- **المبحث الأول:** النقاط الإلكترونية التجارية.
- **المبحث الثاني:** نقطة التجارة السودانية.
- **المبحث الثالث:** تحليل البيانات الإحصائية.

الخاتمة

-النتائج والتوصيات

-المراجع

-الملاحق

شكل رقم (7) ملحق (1)

خريطة جمهورية السودان 2007م لتوضيح:

1. النقاط الفرعية العلمية للنقطة التجارية .
2. النقاط الفرعية المقترحة .



الملاحق

ملحق رقم (2)
بسم الله الرحمن الرحيم
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا

السيد /

المحترم
السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته
الموضوع : استبيان عن التجارة الالكترونية

تجدون سيادتكم مرفق استبيان عن التجارة الالكترونية (البحث التكميلي
لنيل درجة الماجستير حول اسس واساليب التجارة الالكترونية - حالة نقطة
التجارة من منظور وصفي تحليلي تطبيقي) نرجو التكرم بالاجابة علي الاسئلة بكل
وضوح وصراحة حتي نتمكن من تكملة هذا البحث ونؤكد اننا سنستخدم هذه
المعلومات لاغراض البحث فقط وبسرية تامة.

وتفضلوا بقبول وافر الشكر والتقدير,,,,,,

حسن محمد سالم
دارس بكلية الدراسات العليا
المعهد العالي للدراسات المصرفية
اشراف بروفيسير / موسي حسب الرسول

ملحق رقم 7

تقرير مجموعة غارتنر للابحاث Garner Group ومؤسسة

فورستر

للابحاث عن نمو التجارة الالكترونية فى العالم

تشير احد تقارير غارتنر للابحاث ان حجم التجارة التجارية الالكترونية فى العالم سينمو الى اكثر من 7 تريليونات دولار اميركي بحلول عام 2004م نصيب الولايات المتحدة من التجارة الالكترونية حالياً يزيد على 70% بينمت من المتوقع ان تقل هذه النسبة بحلول عام 2004م الى 55% لصالح الدول الاسيوية وخاصة الدول العربية وهذا مؤشر على تنامى التجارة الالكترونية فى الدول العربية .

أما عن دول مجلس التعاون الخليجي فان نسبة حجم التجارة الالكترونية مابي قطاع الاعمال (B2B) مقارنة باجمالى الناتج القومى لكل دولة يتراوح ما بين 1-3% وهى نسبة ضئيلة متدنية .

كما تشير احدى الدراسات الى الحديثة نسبة (B2B) (التجارة الالكترونية) فى اجمالى التجارة الالكترونية بشكل عام فى الدول العربية سيكون ما بين 20-40 % وتعتبر التجارة الالكترونية احدى المتعطفات المهمة التى عبرها اساليب الاداء الاقتصادى فى الوطن العربى واصبحت هذه التجارة قضية البقاء لكل من تطلع نحو التطور الاقتصادى ومن منطلق مواكبة عالم الاقتصاد الجديد بدأت دول العالم العربى معانقة هذه التجارة النامية لما لها من فوائد على القطاع العام والخاص وبالرغم من كل التطورات التى يشهدها العالم العربى فى سياق التجارة الالكترونية الا انه ما زال لايشكل اكثر من 2% وبذلك زاد حجم الفجوة بين الشرق الاوسط ودول لعالم الغربى واصبحت الاعمال الالكترونية ضرورة لسد هذه الفجوة وابقاء والاستمرار فى عالم الاقتصاد الجديد .

يشكل حجم التجارة الالكترونية بمنطقة الشرق الاوسط حسب التقرير الصادر عن مؤسسة فورستر للابحاث بديسمبر 2001 حوالى 9.6 مليارات دولار اميكى وحسب التقرير من المتوقع ان يصل حجم التجارة الالكترونية حتى عام 2004 الى 48.8 مليار دولار امريكى وبمقارنة التجارة الالكترونية بين الشرق والغرب يبقى الحجم ضئيلاً والتوقعات تشير الى ان هذه التجارة ستقفز قفزات نوعية ومذهلة بالرغم من صغرها فى الوقت الحالى حيث انها لاتتعدى 2% من حجمها فى العام الفجوة كبيرة وفرصة النمو كبيرة ومفتوحة ومن البوادر والمعطيات فى منطقة الشرق الاوسط تهل بشائر الخير لهذا الاقتصاد الجديد بالرغم من ان المعوقات كثيرة ومنطلق توجيهات ورؤية الفريق أول سمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم ولى عهد دى وزير الدفاع قطعت دى شوطاً كبيراً فى مجالى الحكومة والتجارة الالكترونية حتى احتلت مركز اليادة واصبحت المثل الذى يقتدى فى التجارة الالكترونية وانشئت مؤسسة تجاريدوتكوم لتكون سوق ومنصة التجارة الالكترونية بين الشركات عبر الانترنت فى الشرق الاوسط والتى بدورها تهدف الى خلق حلقة الوصل بين البائعين والمشتريين لتسهيل عملية تبادل السلع والخدمات .

ولفت التقرير الى ان نسبة الاستخدام لخدمات الشبكة فى العالم فى العام الماضى ارتفع بنسبة 34% فى الولايات المتحدة و 29% فى اوربا و 16% فى اسيا والباسيفيكي و 10% فى اليايات و 11% فى باقى مناطق العالم مؤكداً ان نسبة النمو العام فى اقليم اسيا والباسيفيكي وامريكا اللاتينية وباقى انحاء العالم سيتضاعف فى الفترة المقبلة بسبب الاعتماد على الاقتصاد الرقمى من قبل دولها بشكل كبير .

واعتبر التقرير انه بحلول عام 2005م فان النسبة العظمى للمستخدمين للانترنت والتجارة والالكترونية ستكون فى اقليمى اسيا الباسيفيكي واروبا فيما ستحل الولايات المتحدة فى المرتبة الثالثة موضحاً ان الولايات المتحدة تحتل الان مانسبته 46% الى 50% من نسبة التجارة الالكترونية الى 50% من نسبة التجارة الالكترونية العالمية لتتراجع فى العام 2005م الى مانسبته 36% فقط .

وخلص التقرير الى نمو التجارة الالكترونية سيكون اسرع فى كل من اسيا واروبا الغربية فى الخمس سنوات القادمة .