

## الإستهلال

قال تعالى :  
 ذَٰلِكَ الْفَضْلُ مِنَ اللَّهِ وَكَفَى  
 بِاللَّهِ عَلِيمًا .

صدق الله العظيم  
 سورة النساء - الآية (70)

## الإهداء

إلى معيني الذي لا ينضب والدي  
 العزيزين أطال الله عمرهما  
 ومتعهما بالصحة والعافية  
 إلى اخوتي وأخواتي الأوفياء سندي  
 في الحياة  
 إلى زملائي الأعزاء

إلى أساتذتي الكرام  
إلى كل هؤلاء اهدي ثمرة جهدي

## شكر و عرفان

الشكر اولاً واخيراً لله العلي القدير العليم ذو القوة المتين على توفيقه وعونه في جنى ثمرة جهدي المتواضع هذا ثم الشكر لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا لما ظلت تقدمه للطلاب من علم ومعرفة و الشكر ايضاً لجامعة الدنج لاتاحتها هذه الفرصة الطيبة . كما يتقدم الباحث باجزل عبارات الشكر والتقدير والامتنان الى الأستاذ الدكتور مصطفى نجم البشاري المشرف على هذه الرسالة اعترافاً بفضلته لما منحني من وقته وعلمه الغزير فكان نعم السند والمعين للباحث في اعداد هذا البحث .

ثم الشكر موصول لاسرة شركة تاج للتجميل المحدودة على تعاونهم اللامحدود في توفير كافة المعلومات اللازمة و اخص بالشكر الاخوة في إدارة الإنتاج في تقديم العون الكامل . كما لا يفوتني ان اتقدم بخالص شكري الى اسرة مكتبة الدراسات التجارية بجامعة السودان واسرة مكتبة الدراسات العليا بجامعة النيلين واسرة مكتبة المعهد العالي للدراسات المصرفية ومكتبة جامعة امدرمان الاسلامية والاخوة بنقطة التجارة السودانية

الشكر موصول لزملائي ببرنامج ماجستير المحاسبة والى كل الذين ساندوني وقدموا لي يد العون وفاتني ذكر اسمائهم اسال الله ان يجزيهم عني خير الجزاء.  
ختاماً اسال الله ان يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم وان يكون سنداً وعوناً لي في مسيرة حياتي..

## الملخص

تناولت الدراسة اثر تطبيق التجارة الالكترونية علي النظم المحاسبية بالمنشآت التجارية السودانية واهميتها في تطوير النظم المحاسبية القائمة لترقي لمستوى التجارة الالكترونية بادخال الوسائل التقنية الحديثة وتاهيل الكوادر. المنشآت التجارية السودانية لم تلج هذا المجال الا مؤخرا وفي نطاق يتمثل في الاعلانات والترويج للمنتجات او القيام ببعض العمليات التجارية لجزئية نسبة لوجود بعض المعوقات المتمثلة في نقص الوعي باهمية التجارة الالكترونية ونقص اعداد المشتركين في شبكة الانترنت وعدم وجود البنية التكنولوجية الملائمة ومشكلة تأمين المواقع. تهدف الدراسة الي إبراز دور التجارة الالكترونية واثارها علي النظم المحاسبية ومعرفة أهم معوقات تطبيقها بالسودان لتقديم المقترحات المناسبة لحلها.

اعتمد الباحث في هذه الدراسة علي المنهج الوصفي والمنهج الاستقرائي والمنهج الاستنباطي والمنهج التاريخي ومنهج دراسة الحالة واتباع الاسلوب الاحصائي لاختبار الفروض وتحليل النتائج.

وتحقيقا لاهداف الدراسة تمت صياغة الفرضيات التالية:

1. للعولمة اثر واضح في تطبيق التجارة الالكترونية.
  2. تواجه المنشآت التجارية السودانية مشاكل عديدة تحول دون تطبيق التجارة الالكترونية.
  3. القوانين والتشريعات الملائمة من اهم عوامل نجاح تطبيق التجارة الالكترونية.
  4. تطبيق التجارة الالكترونية في بلد كالسودان يحتاج الي بنية تكنولوجية وكوادر مؤهلة تاهيلا علميا في هذا المجال.
- تم اختبار هذه الفرضيات وكانت النتيجة ان تم اثبات صحتها ماعدا الفرضية الثالثة التي نصت علي إن ( القوانين والتشريعات الملائمة من اهم عوامل نجاح تطبيق التجارة الالكترونية) لم يتم اثباتها بصورة حاسمة.
- البحث مقسم الي خمسة فصول شملت الدراسة النظرية والعملية.
- في ختام الدراسة استعرض الباحث اهم النتائج والمتمثلة في:
1. ان الشركة موضع البحث تستخدم الحاسوب بشكل كبير في عملياتها وتمتلك موقعا الكترونيا خاصا بها وتستخدم هذا الموقع في الاعلان عن منتجاتها والتعريف بالشركة.
  2. يعزى عدم تطبيق التجارة الالكترونية الي بعض المعوقات المتمثلة في ندرة الخبرات الخاصة بانظمة التجارة الالكترونية والمشاكل الخاصة بتأمين المواقع علي شبكة الانترنت وعدم وجود البنية التكنولوجية المناسبة.

وتمثلت اهم التوصيات في:

1. علي المنشآت السودانية الاهتمام بمواكبة العولمة في مجال الانظمة المعلوماتية الحديثة وتدريب الافراد عليها.
2. السعي في ازالة كافة العوائق التي تقف حجر عثرة امام تطبيق التجارة الالكترونية، وتفعيل دورها من خلال وسائل الاعلام المرئية والمسموعة وقيام المؤتمرات وورش العمل.



### Abstract

This research explores the application of E-commerce and its impact on accounting systems used in the Sudanese business firms and its importance in promoting- the existing accounting systems which in turn boost the Ecommerce through the introduction of modern technology and training of cadres. The Sudanese business firms have recently entered into this domain but on small scale which represented advertisement and promotion of products or taking part in partial transactions. This can be attributed to lack of awareness about the importance of Ecommerce, small numbers of internet users, lack of appropriate technology and how to secure the internet from hackers.

This study aims to highlight the role of Ecommerce and its impact on the accounting systems and to explore the problems, facing its application in the Sudan so as to find suitable solutions.

The researcher has adopted the descriptive, inductive and deductive methods in addition to historical and case study methods and she has adopted also statistical method to test the research hypotheses and for results analysis.

In order to attain the research objectives, the following research hypotheses have been formulated:

1. Globalization has a clear impact on application of Ecommerce.
2. The Sudanese business firms face many problems which disrupt the application of Ecommerce.
3. The appropriate laws and legislation are one of the most important factors for the success of Ecommerce application.
4. The application of Ecommerce in a country like Sudan requires infrastructures qualified cadres in this field.

The validity of these hypotheses have been tested with exception of the third hypothesis which states that the: appropriate laws and legislations are one of the most important factors for the success of E-commerce application. This hypotheses has not been tested fully.

The research consists of five chapters it has included the theoretical as well as empirical aspects.

At the end of the research the important research findings have been reviewed as follows:

1. The business firm in question, has used a computer widely in its transactions, it has a website which is used for promotion of its products.
2. The application of Ecommerce can be attributed to lack of expertise in Ecommerce, protecting websites on internet from hackers and lack of infrastructure (ie appropriate technology).

### **The Recommendations:**

1. The Sudanese business firms should start globalizing (ie they should keep pace with the modern information systems and training of its personnel's).
2. Remove all the barriers hampering application of E-commerce and reactivating its role through the media and by organizing conferences and workshops.

## فهرس الموضوعات

| رقم الصفحة                                                         | الموضوع                                                       |
|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| أ                                                                  | الاستهلال                                                     |
| ب                                                                  | الإهداء                                                       |
| ج                                                                  | الشكر والعرفان                                                |
| د - هـ                                                             | ملخص الدراسة                                                  |
| و - ز                                                              | Abstract                                                      |
| ح - ط                                                              | فهرس الموضوعات                                                |
| ي - ك                                                              | فهرس الجداول                                                  |
| ل                                                                  | فهرس الأشكال                                                  |
| م - ن                                                              | فهرس الرسومات البيانية                                        |
| 1                                                                  | المقدمة                                                       |
| 2                                                                  | تمهيد                                                         |
| 2                                                                  | مشكلة الدراسة                                                 |
| 3                                                                  | أهمية الدراسة                                                 |
| 3                                                                  | فرضيات الدراسة                                                |
| 3                                                                  | منهجية الدراسة                                                |
| 3                                                                  | أدوات جمع البيانات                                            |
| 4                                                                  | حدود الدراسة                                                  |
| 4                                                                  | هيكل الدراسة                                                  |
| 4                                                                  | الخاتمة                                                       |
| 5                                                                  | الداسات السابقة                                               |
| الفصل الأول : النظم المحاسبية في المنشآت التجارية                  |                                                               |
| 12                                                                 | المبحث الأول : النظم المحاسبية اليدوية                        |
| 26                                                                 | المبحث الثاني : النظم المحاسبة المحوسبة                       |
| الفصل الثاني : التجارة الإلكترونية                                 |                                                               |
| 45                                                                 | المبحث الاول : مفهوم التجارة الالكترونية                      |
| 57                                                                 | المبحث الثاني : نشأة وتطور التجارة الالكترونية                |
| الفصل الثالث : علاقة التجارة الالكترونية بنظم المعلومات المحاسبية  |                                                               |
| 65                                                                 | المبحث الأول : طبيعة نظم المعلومات المحاسبية                  |
| 83                                                                 | المبحث الثاني : تطبيق التجارة الالكترونية على النظام المحاسبي |
| 94                                                                 | المبحث الثالث : وسائل الدفع المستخدمة في التجارة الالكترونية  |
| الفصل الرابع : مشاكل تطبيق التجارة الالكترونية على النظم المحاسبية |                                                               |
| 103                                                                | المبحث الاول : المشاكل الإدارية والتنظيمية والمالية           |



|     |                                                               |
|-----|---------------------------------------------------------------|
| 115 | المبحث الثاني : المشاكل المتعلقة بالبنية التكنولوجية الاساسية |
| 122 | المبحث الثالث: مشاكل الرقابة الداخلية على امن المعلومات       |
|     | الفصل الخامس : الدراسة الميدانية                              |
| 136 | المبحث الاول: نبذة تعريفية عن شركة تاج للتجميل المحدودة       |
| 141 | المبحث الثاني : عرض وتحليل البيانات                           |
| 170 | المبحث الثالث : اختبار فرضيات الدراسة                         |
|     | الخاتمة                                                       |
| 188 | النتائج                                                       |
| 189 | التوصيات                                                      |
| 192 | المراجع                                                       |
| -   | الملاحق                                                       |

## فهرس الجداول

| رقم<br>الصفحة | عنوان الجدول                                                                                                                  | رقم الجدول |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 141           | التوزيع التكراري للمبحوثين وفق الجنس .                                                                                        | (5-2-2)    |
| 142           | التوزيع التكراري للمبحوثين وفق المؤهل العلمي .                                                                                | (5-2-3)    |
| 144           | التوزيع التكراري للمبحوثين وفق سنوات الخبرة .                                                                                 | (5-2-4)    |
| 145           | التوزيع التكراري للمبحوثين وفق الفئات العمرية .                                                                               | (5-2-5)    |
| 147           | التوزيع التكراري لإجابات المبحوثين على أسئلة محور المشاكل التي تحول دون تطبيق التجارة الإلكترونية .                           | (5-2-6)    |
| 150           | التوزيع التكراري لإجابات المبحوثين على أسئلة محور البنية التكنولوجية والكوادر المؤهلة .                                       | (5-2-8)    |
| 158           | التوزيع التكراري لإجابات المبحوثين على أسئلة محور أهمية القوانين والتشريعات في نجاح التجارة الإلكترونية .                     | (5-2-9)    |
| 162           | التوزيع التكراري لإجابات المبحوثين على أسئلة محور تأثير العولمة على نظم المعلومات المحاسبية والتجارة الإلكترونية .            | (5-2-10)   |
| 170           | نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على أسئلة محور مشاكل تطبيق التجارة الإلكترونية .                                 | (5-2-11)   |
| 172           | نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين آراء المبحوثين بخصوص المشاكل التي تعوق تطبيق التجارة الإلكترونية .              | (5-2-12)   |
| 175           | نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على أسئلة محور الدنيا التكنولوجية والكوادر المؤهلة .                             | (5-2-13)   |
| 177           | نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين آراء المبحوثين حول قيام الشركة ببرامج تدريبية على التجارة الإلكترونية .         | (5-2-14)   |
| 179           | نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على أسئلة محور أهمية القوانين والتشريعات في نجاح التجارة الإلكترونية .           | (5-2-15)   |
| 181           | نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين آراء المبحوثين حول وجود قوانين وتشريعات خاصة بالضرائب على التجارة الإلكترونية . | (5-2-16)   |
| 185           | نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على أسئلة محور تأثير العولمة على نظم المعلومات المحاسبية والتجارة الإلكترونية .  | (5-2-17)   |



## فهرس الأشكال

| رقم<br>الصفحة | عنوان الشكل                                                                        | رقم<br>الشكل |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 15            | العلاقة بين النظام المحاسبي اليدوي ومختلف الجهات التي تستخدم المعلومات المحاسبية . | (1-1-1)      |
| 17            | الدورة المحاسبية .                                                                 | (1-1-2)      |
| 29            | أوجه الشبه والاختلاف بين نظام الحاسوب ونظام المعلومات المحاسبي                     | (1-1-3)      |
| 40            | التوازي بين الدورة المحاسبية ودور تشغيل البيانات .                                 | (1-2-4)      |
| 71            | النظام المحاسبي كنظام مغلق نسبياً .                                                | (3-1-5)      |
| 81            | الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية .                                              | (3-1-6)      |
| 93            | مراحل الشراء الإلكتروني .                                                          | (3-2-7)      |
| 99            | دورة استخدام النقد الإلكتروني وإجراءاتها .                                         | (3-3-8)      |

## فهرس الرسومات البيانية

| رقم<br>الصفحة | عنوان الرسم البياني                                                                     | رقم<br>الرسم<br>البياني |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 142           | التوزيع التكراري للمبحوثين وفق الجنس .                                                  | (5-2-2)                 |
| 143           | التوزيع التكراري للمبحوثين وفق المؤهل العلمي .                                          | (5-2-3)                 |
| 144           | التوزيع التكراري للمبحوثين وفق سنوات الخبرة .                                           | (5-2-4)                 |
| 145           | التوزيع التكراري للمبحوثين وفق الفئات العمرية .                                         | (5-2-5)                 |
| 148           | إجابات المبحوثين حول الاشتراك في نقاط التجارة الدولية .                                 | (5-2-6)                 |
| 148           | إجابات المبحوثين حول القيام بعمليات تجارية عبر نقاط التجارة الدولية.                    | (5-2-7)                 |
| 149           | إجابات المبحوثين حول عدد العمليات التجارية التي تمت عبر نقاط التجارة الدولية .          | (5-2-8)                 |
| 151           | إجابات المبحوثين حول وسيلة الدفع المستخدمة لعمليات البيع عبر نقاط التجارة الدولية .     | (5-2-9)                 |
| 152           | إجابات المبحوثين حول نوعية العملاء التي تستجيب لعمليات البيع عبر نقاط التجارة الدولية . | (5-2-10)                |
| 153           | إجابات المبحوثين حول الإدارة المسؤولة عن عمليات البيع عبر نقاط التجارة الدولية.         | (5-2-11)                |
| 153           | إجابات المبحوثين حول المشاكل المعوقة لتطبيق التجارة الإلكترونية .                       | (5-2-12)                |
| 154           | إجابات المبحوثين حول تعرض موقع الشركة الإلكتروني للاختراق وتسرب المعلومات .             | (5-2-13)                |
| 155           | إجابات المبحوثين حول طرق حماية الموقع الإلكتروني للشركة .                               | (5-2-14)                |
| 155           | إجابات المبحوثين حول عمل حاسبات الشركة من خلال شبكة إلكترونية                           | (5-2-15)                |
| 156           | إجابات المبحوثين حول امتلاك الشركة لموقع إلكتروني خاص جداً .                            | (5-2-16)                |
| 157           | إجابات المبحوثين حول قيام الشركة للإعلان والبيع والشراء عن طريق موقعها الإلكتروني .     | (5-2-17)                |
| 157           | إجابات المبحوثين حول قيام الشركة ببرامج تدريبية لعمالها عن التجارة الإلكترونية.         | (5-2-18)                |
| 159           | إجابات المبحوثين حول الكادر الفني وهل هو مهياً بتنفيذ التجارة الإلكترونية .             | (5-2-19)                |
| 159           | إجابات المبحوثين حول البرامج والتطبيقات المستخدمة في النظام المحاسبي .                  | (5-2-20)                |
| 160           | إجابات المبحوثين حول طرق الإعلان عن موقع الشركة .                                       | (5-2-21)                |
| 161           | إجابات المبحوثين حول مدى كفاءة النظام المحاسبي بالشركة .                                | (5-2-22)                |

|     |                                                                                                  |          |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 161 | إجابات المبحوثين حول مدى تطبيق الشركة للمبادئ المحاسبية تطبيقاً سليماً .                         | (5-2-23) |
| 163 | إجابات المبحوثين حول اتسام نظام التجارة الإلكترونية بالفورية والجودة والمرونة .                  | (5-2-24) |
| 164 | إجابات المبحوثين حول وجود قوانين وتشريعات خاصة بالضرائب على التجارة الإلكترونية .                | (5-2-25) |
| 165 | إجابات المبحوثين حول السبب الأساسي في عدم تطبيق التجارة الإلكترونية .                            | (5-2-26) |
| 165 | إجابات المبحوثين حول الضرائب المطبقة على التجارة الإلكترونية .                                   | (5-2-27) |
| 166 | إجابات المبحوثين حول قانونية التوقيع الإلكتروني .                                                | (5-2-28) |
| 167 | إجابات المبحوثين حول ضبط التجارة الإلكترونية قانونياً .                                          | (5-2-29) |
| 167 | إجابات المبحوثين حول دور الأنظمة المحاسبية والتجارة الدولية في تيسير تطبيق التجارة الإلكترونية . | (5-2-30) |
| 168 | إجابات المبحوثين حول فوائد تطبيق التجارة الإلكترونية .                                           | (5-2-31) |
| 169 | إجابات المبحوثين حول مدى تأثير الشركة بتطوير نظمها باتفاقيات التجارة الدولية .                   | (5-2-32) |