

البحث الأول

أثر التجارة الإلكترونية في تنمية الصادرات المصرية من أهم النباتات الطبية والعطرية أيمن عبدالقوي شيلابي

المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي – المجلد ٢٠ - العدد ٤ - ٢٠١٠

الملخص باللغة العربية:

تحظى التجارة الإلكترونية باهتمام متزايد من الحكومات والشركات على حد سواء في شتى أنحاء العالم ، وقد استفادت العديد من الدول الزراعية من تطبيقات التجارة الإلكترونية في تنمية صادراتها الزراعية ، ويأتي على رأس هذه الدول البرازيل وجنوب أفريقيا. وتهدف هذه الدراسة إلى قياس أثر استخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية المختلفة على تنمية صادرات أهم الأعشاب والتوابل في مصر .

وتشير نتائج الدراسة إلى تطور مؤشرات التجارة الإلكترونية في مصر بشكل مضطرب حيث زاد عدد مستخدمي الإنترنت وزادت نسبة مستخدمي الإنترنت إلى عدد السكان وزاد عدد مقدمي خدمة الإنترنت وكذلك زادت أعداد أجهزة الحاسب الآلي بمعدل سنوي ١١٠٨٤% و ٧١٩٣% و ٥٠٩% و ١٢٩% على الترتيب خلال الفترة من ١٩٩٥ وحتى ٢٠٠٩ ، وتشير النتائج إلى معنوية كل هذه الزيادات .

وفيما يتعلق باستخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية فقد أشارت النتائج إلى أن ٧٠% من الشركات المصدرة للنباتات الطبية والعطرية تتصل بالإنترنت عن طريق نظام ADSL ، وأن ٥٠% من الشركات لم تسجل بأي من الأسواق الإلكترونية ، في حين أن ٢٦% منها قد سجلت وحظيت بفرص تسويقية مختلفة من خلال عرض منتجاتها على الموقع ، أما النسبة المتبقية (٢٤%) فقد سجلت ولكنها لم تحظى بأي فرصة تسويقية ، كذلك تشير النتائج إلى أن ٦٢% من الشركات لديها موقع على شبكة الإنترنت ، وتباينت المواقع بين مواقع مسجلة بدومين خاص بها (٢٢%) ومواقع أخرى يتم استضافتها على مواقع الاستضافة المجانية (٤٠%). وقد أشارت النتائج أيضاً إلى استخدام البريد الإلكتروني بشكل فعال حيث تستخدمه ٩٢% من الشركات في عمليات الاتصال بالمشتريين ، في حين تستخدمه ٧٢% منها في قبول أو رفض المعاملات التجارية. وتوضح النتائج أن الإنترنت تستخدم في الحصول على خدمات أخرى ، حيث أن ٦٠% من الشركات تستخدم الإنترنت للحصول على معلومات عن عناصر الإنتاج ، ٨٤% من الشركات دائماً أو غالباً ما تستخدم الإنترنت في الحصول على معلومات لحظية عن أسعار العملات ، ٦٦% من الشركات تستخدم الإنترنت في الحصول على المعلومات المرتبطة بالجودة. وأخيراً تشير النتائج إلى دور الإنترنت في إيجاد فرص تسويقية وفتح أسواق جديدة وزيادة ربحية الشركات .

أما فيما يتعلق بالقياس الكمي لأثر التجارة الإلكترونية على الصادرات فإن النتائج تشير إلى وجود فرق معنوي بين متوسط كمية الصادرات من شاي البابونج - البردقوش - الشمر - النعناع - زيت العتر خلال فترتي الدراسة (١٩٨٠-١٩٩٤ ، ١٩٩٥-٢٠٠٩). وتوصي الدراسة بما يلي:

- إنشاء بوابة للتجارة الإلكترونية الزراعية المصرية.
- توعية الشركات المصدرة للنباتات الطبية والعطرية بأهمية استخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية في الترويج لهذه المنتجات خارجياً .