

بسم الله الرحمن الرحيم .

قال تعالى:

اقْرَأْ بِأَسْمَاءِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (1) الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ (2) اقْرَأْ وَرَبُّكَ
الْأَكْبَرُ (3) إِنَّ أَوَّلَ لِمَ دَانَ لَمْ (4) لَيْسَ إِنَّهُ لَمْ يَعْطَم (5) .

صدق الله العظيم

(سورة العلق .)

بسم الله الرحمن الرحيم .

إهداء.

الى روح أمي و أبي رحمهما الله و أحسن إليهما و أسكنهما فسيح جناته .

و الى زوجتي العزيزة و أبنائي الذين تحملوا معي عناء هذا المشوار .

و الى شقيقي د. احمد النضر الذي كان سندا لي طول هذا المشوار.

بسم الله الرحمن الرحيم .

شكر و تقدير :

الشكر أولاً لله العليّ القدير الذي وفقني لانجاز هذا العمل .
ثم أتقدم بشكري الى أسرة جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا تلك المنارة التي ينبعث منها نور العلم مبداً دجى الجهل في هذا الوطن الحبيب . و الشكر لأسرة كلية الدراسات العليا و كلية الدراسات التجارية بهذه الجامعة .
و الشكر أجزله لأستاذي العالم الدكتور حسن عباس حسن الذي كانت توجيهاته مناراته اهتديت بها في هذا العمل حتى خرج بهذه الصورة . و الشكر موصول للإخوة في اتحاد اصحاب العمل ، أمانة الاتفاقيات الدولية و الإخوة في اتحاد الغرف الصناعية و أمين عام المصدرين .

و اخص ايضاً بشكري الأخ الكريم د . محادل محمد حسين لما قدمه لي من مساندة جعلتني أقف امام قسوة الزمان . و ايضاً الشكر الى أخي وزميلي محمد النور عمر أبو الحسن معتمد محلية جنوب الجزيرة لما قدمه لي من مساعدات طول مشوار هذه الدراسة . و الشكر الى الكوكلة التي ساعدتني في عمل الاستبيان و هم الأستاذ الطيب عوض و الأخوات ناهد و شموز . و الشكر لكل الاصدقاء الذين ساهموا بالرأي و التشجيع و الشكر موصول للأخ الزميل الأستاذ عبد الهادي عبد الله .

مستخلص البحث:

بعد أن انضم السودان لمنظمة الكوميسا ، تعالت الأصوات من اصحاب الصناعات منذرين بالخطر الذي يدهم السلع السودانية ، وذلك عبر المنافسة التي يراها اصحاب الصناعات بأنها غير عادلة .
لذا تناول الباحث موضوع انضمام السودان للكوميسا . و طرح أسئلة تبين مشكلة البحث . و هي :

1/ هل يتأثر تسويق السلع السودانية داخليا و خارجيا بانضمام السودان للكوميسا ؟ وما هو نوع الأثر ، هل هو ايجابي أم سلبي ؟ و ما هو حجمه ؟
2/ هل يتأثر سلوك المستهلك السوداني بهذا الانضمام للكوميسا ؟

قدم الباحث موضوع البحث في أربعة فصول، و تناول فيها التسويق الدولي في الفصل الاول باعتباره احد الأنشطة التي تمارس في التكتلات الاقتصادية . ثم تناول المنظمات الاقتصادية في الفصل الثاني حيث ان موضوع البحث أحد هذه المنظمات ، وتتبع اثرها على التسويق في الدول التي تتبع لها . و قام الباحث بأخذ أمثلة لهذه التكتلات راعى فيها التمثيل لكل قارات العالم ، فبدأ بمنظمة التجارة العالمية التي هي المظلة لكل العالم ثم اختار الاتحاد الاوربي ، و من آسيا اختار رابطة الآسيان ، و من الأمريكيتين اختار الناقتا . و من الوطن العربي اختار منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى . و من إفريقيا الكوميسا و التي هي موضوع البحث و جاء الفصل الثالث ليتناول موضوع البحث وهو الكوميسا من النشأ حتى مؤسساتها وآلية عملها ، و ايضا وضع السلع السودانية التنافسي داخليا و خارجيا . و في الفصل الرابع تناول السلع التي تأثرت بالكوميسا و حدد وضعها و الأثر الذي وقع عليها .

استخدم الباحث أدوات الاستبيان لمعرفة ميول و اتجاهات المستهلك السوداني و ذلك بعد أن اخذ عينة لعدد مائة مستهلك. و ايضا استخدم الباحث أداة المقابلة لذوي الاختصاص ، و كانت نتائج هذا العمل الميداني داعمة لفروض البحث .

و كانت أهم النتائج التي خرج بها البحث كالآتي:

1/ أظهرت الصادرات السودانية غير البترولية عدم قدرتها على المنافسة في أسواق الكوميسا .

2/تذبذب الصادرات غير البترولية بين الزيادة و النقصان، مؤشر على ضعف قدرتها التنافسية.

3/ نافست سلعة البترول في اسواق الكوميسا و حصلت على اسواق في دول الجوار .

4/ أثر الكوميسا على الصادرات السودانية غير البترولية ينحصر في وضعها لهذه الصادرات امام المنافسة دون المسؤولية عن أسباب ضعف مقدرتها التنافسية .

5/ تعرضت السلع الوطنية لمنافسة حادة من دول الكوميسا و بصفة خاصة من مصر .

6/ بعض السلع السودانية لها صورة سالبة في ذهن المستهلك السوداني .
و أهم توصيات البحث كانت :

1/ الاهتمام بالصادرات السودانية غير البترولية و حل مشاكلها و تعزيز قدرتها التنافسية للاستفادة من اسواق دول الكوميسا .

2/ حل مشاكل القطاع الصناعي السوداني و إلزامه بالجودة حتى يستطيع المنافسة داخليا و عالميا .

Abstract:

After the Sudan joined the COMESA some of the businessmen warned against the danger emanating from the unjust competition. Hence the research discussed this topic and raised the following questions which explain the problem of the study:

- 1/ Is the marketing of the Sudanese goods affected internally and externally by joining the COMESA? If so, what is the kind of effect ,is it positive or negative? And what is its scope?
- 2/ Is the Sudanese consumer behavior affected by joining the COMESA?

The research comprises four chapters. Chapter one tackled the international marketing as one of the activities which is practiced in the economic organizations. In chapter two the economic organizations are discussed. The effect of these organizations on marketing in the member countries is also discussed. The research chose examples of these organizations to be representative of all countries. Among these are WTO, Asian and NAFTA. From the Arab world Free Arabic Trade Zone is selected and from Africa is the COMESA, which is the topic of the study. Chapter three discussed the establishment of the COMESA, its institutions, its working mechanism, and the competitive position of the Sudanese goods internally and externally. In chapter four, the research discussed the goods affected by the COMESA.

The research used the questionnaire to know attitudes and tastes of the Sudanese consumer through selecting samples of 100 respondents. Moreover, personal interviews were conducted with the respective employees. The most important results reached by the study are as follows:

- 1/ The inability of non- oil products to compete in COMESA markets.
- 2/ The fluctuation of the non-oil products is sign of its inability to compete.
- 3/ Oil product found markets in the COMESA.
- 4/ The Sudanese products faced strong competition from the COMESA and in particular from Egypt.
- 5/ Some Sudanese products have bad image among the Sudanese consumers.

Some of the important research recommendations are the following:

- 1/ To give more importance to the Sudanese exports other than oil, solve its problems and enhance its ability to compete in the COMESA markets.
- 2/ To solve the Sudanese industrial Sector problems and to make it abide by quality so that it can compete domestically and internationally.

فهرس المحتويات :

رقم الصفحة	الموضوع.
أ	القرآن الكريم
ب	الإهداء
ج	الشكر و التقدير.
د	مستخلص البحث
و	Abstract
ح	فهرس المحتويات .
ل	قائمة الجداول .
ن	قائمة الأشكال .
	المقدمة .
1	موضوع البحث.
1	مشكلة البحث.
2	فروض البحث
2	اهمية البحث .
3	منهج البحث.
3	البيانات ومصادرها.
4	هيكل البحث .
5	الدراسات السابقة .
	الفصل الاول : التسويق الدولي .
9	المبحث الاول : مفهوم التسويق الدولي و بيئته .
12	البيئة الاقتصادية
17	البيئة السياسية و القانونية
21	البيئة الثقافية
25	البيئة التكنولوجية
	المبحث الثاني: إستراتيجية التسويق الدولي.
31	إستراتيجية التسويق الدولي
32	المراحل التي تمر بها إستراتيجية التسويق الدولي
33	إستراتيجية الدخول للأسواق الداخلية
39	إستراتيجية مزيج التسويق الدولي
42	تنفيذ الإستراتيجية و متابعتها
	المبحث الثالث: مزيج التسويق الدولي. .
47	المنتج
55	الترويج
60	التوزيع
66	التسعير

	الفصل الثاني: المنظمات الاقتصادية:
	المبحث الاول : منظمة التجارة العالمية .
73	نشأة المنظمة و مؤسساتها
80	عضوية المنظمة و الدول الاعضاء
82	اتفاقية منظمة التجارة العالمية و المؤتمرات الوزارية
94	اثر منظمة التجارة العالمية على تسويق السلع
101	المبحث الثاني: التكامل الاقتصادي.
101	أولا : الاتحاد الاوربي ، النشأة
103	مؤسسات الاتحاد الاوربي
106	التكامل الاقتصادي للاتحاد الاوربي
109	اثر السوق الواحدة على تسويق الشركات
110	الاتحاد الاوربي و اتفاقيات الشراكة مع الأقاليم الأخرى
114	ثانيا : رابطة شعوب جنوب شرق آسيا (الآسيان) ، النشأة
115	مؤسسات الآسيان
116	الدول الأعضاء في الآسيان
117	التكامل الاقتصادي لرابطة الآسيان
120	اثر الآسيان على استراتيجيات التسويق في الشركات المحلية و العالمية
122	المبحث الثالث: منطقة التجارة الحرة:
122	أولا : النافتا .
123	تحرير التجارة في اتفاقية النافتا
123	مؤسسات النافتا
125	اثر النافتا على إستراتيجية التسويق في الشركات المحلية و العالمية
126	ثانيا : منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى .
126	نشأة منطقة التجارة الحرة العربية
128	البرنامج التنفيذي
129	آلية تنفيذ البرامج و المتابعة
131	الدول الأعضاء في البرنامج التنفيذي
131	التنفيذ و العقبات التي واجهت البرنامج
134	نتائج تطبيق البرنامج على تسويق السلع في الدول الاعضاء
	الفصل الثالث : منظمة الكوميسا و السلع السودانية .
141	المبحث الاول : نشأة الكوميسا و مؤسساتها .

144	أهداف الكوميسا
144	مؤسسات هيكل الكوميسا
154	مؤسسات الكوميسا
161	المبحث الثاني : مراحل التكامل الاقتصادي في الكوميسا
161	منطقة التجارة الحرة
164	المنافسة داخل دول الكوميسا
169	المرحلة الثانية الاتحاد الجمركي
175	السوق المشتركة
176	مسيرة انضمام السودان للكوميسا
181	المبحث الثالث: موقف تسويق السلع السودانية.
181	الصادرات السودانية
186	السياسات التسويقية لصادرات السلع السودانية
193	الموقف التنافسي للصادرات السودانية
195	إجراءات الصادر
197	السلع الصناعية، هيكل الصناعة في السودان
202	مشاكل و معوقات قطاع الصناعة التحويلية
207	السياسات التسويقية للسلع الصناعية السودانية
211	الموقف التنافسي للسلع الصناعية السودانية
	الفصل الرابع : اثر منظمة الكوميسا على تسويق السلع السودانية .
213	المبحث الاول : اثر انضمام السودان على تسويق السلع السودانية
215	التبادل التجاري، الصادرات
227	التبادل التجاري، الواردات و منافستها للسلع السودانية المماثلة داخليا
249	المستهلك السوداني و السلع المطروحة أمامه
254	دور مؤسسات الكوميسا في تسهيل التجارة
	المبحث الثاني: نتائج العمل الميداني.
258	استبيان المستهلك
270	المقابلات و نتائجها
275	تحليل نتائج المقابلات الخاصة بمنافسة السلع الواردة للوطنية في الملحقين 1،2
278	تحليل نتائج مقابلة الملحق 3
279	المبحث الثالث: اختبار فروض البحث.
279	اختبار الفرض الاول

282	اختبار الفرض الثاني
284	اختبار الفرض الثالث
286	الخاتمة
287	النتائج
291	التوصيات
294	المراجع
299	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الصفحة	العنوان	الجدول
83	الدول الاعضاء بمنظمة التجارة العالمية .	1/2
107	الدول الاعضاء بالاتحاد الأوربي و أوزانها .	2/2
119	الدول الاعضاء رابطة الآسيان .	3/2
134	الدول الاعضاء لمنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى .	4/2
142	الدول الاعضاء بالكوميسا .	1/3
146	مؤتمرات القمة للكوميسا منذ النشأة حتى 2007.	2/3
182	الميزان التجاري السوداني 2000- 2005.	3/3
187	اتجاه الصادرات السودانية حسب القيمة للاعوام 2004- 2005	4/3
199	الانتاج الفعلي للصناعات الغذائية السودانية 2000-2005	5/3
199	انتاج مصانع الغزول منذ 90/98 حتى 2004	6/3
201	الأنشطة الصناعية المختلفة و تركيز الصناعات الصغيرة و المتوسطة فيها	7/3
217	الترتيب لدول الكوميسا – المساهمة في صادرات و واردات السلع الصناعية 2003.	1/4
218	تجارة السودان مع الكوميسا 2000- 2005 .	2/4
220	صادرات و واردات السودان لدول الكوميسا 2006 .	3/4
221	التبادل التجاري بين مصر و السودان 2005-2006 .	4/4
222	التجارة البينية في الكوميسا ، مساهمات السودان و بعض الدول الاعضاء في الصادرات – تصنيف سلعي 2003 .	5/4
225	صادرات السودان لدول الكوميسا 1999- 2006	6/4
225	نسبة مصر من جملة صادرات السودان لدول الكوميسا 1999 - 2006 .	7/4

232	واردات السودان من السلع الصناعية من مصر 2003-2007	8/4
235	واردات السودان من السلع الغذائية من مصر 2003 – 2006	9/4
236	الإنتاجية الفعلية للسلع الغذائية السودانية 2000-2005	10/4
242	رسوم الخدمات للمصانع لعام 2005، محلية بحري	11/4
243	سعر الكهرباء في دول الكوميسا 2005 .	12/4
245	انتاج الصناعات السودانية خلال عام 2006 .	13/4
261	نتيجة بيانات المبحوثين .	14/4
262	نتيجة سؤال أي السلع الغذائية المصنعة تفضل.	15/4
263	نتيجة سؤال أي الملابس تفضل عند الشراء.	16/4
263	نتيجة سؤال أي صناعة صابون الغسيل البودرة تفضل.	17/4
264	نتيجة سؤال أي صناعة الأحذية تفضل.	18/4
265	نتيجة سؤال أي صناعة البسكويت تفضل.	19/4
265	نتيجة سؤال أي صناعة معجون الأسنان تفضل.	20/4
266	نتيجة سؤال أي صناعة اللبن المجفف تفضل.	21/4
268	نتيجة تفضيل عناصر المفاضلة عند المستهلك السوداني .	22/4
269	نتيجة و صف المستهلك للسلع الغذائية السودانية .	23/4

قائمة الأشكال:

رقم الصفحة	العنوان	الشكل
43	هيكل تنظيمي على أساس المناطق .	1/1
45	خطوات تصميم نظام رقابي فعال .	2/1
75	الهيكل التنظيمي لمنظمة التجارة العالمية .	1/2
182	الميزان التجاري السوداني للفترة 1999-2001	1/3
196	نسبة الصادرات عام 2000	2/3
196	الصادرات السلعية من 1998-2000 .	3/3
214	التجارة البينية للكوميسا للفترة من 1999-2005 .	1/4
215	التجارة البينية، منطقة التجارة الحرة الكوميسا - صادرات 2005	2/4
217	صادرات السودان لدول الكوميسا من 2004-2006	3/4
216	صادرات و واردات كينيا - تجارة الكوميسا البينية 2003-2005 .	4/4
218	تجارة السودان مع دول الكوميسا 2000-2005 .	5/4
220	صادرات السودان لدول الكوميسا 2003- سبتمبر 2007 .	6/4
222	التجارة البينية للكوميسا ، نصيب الدول في واردات الوقود 2003	7/4
223	صادرات السودان لدول الكوميسا 1999-2002 .	8/4
224	نسبة تمويل الصادرات غير البترولية من إجمالي التمويل للفترة 2000-2005 .	9/4
224	الشهادات الحكومية المشتره بواسطة البنوك التجارية 2001-2005 .	10/4
228	التجارة البينية للكوميسا ، الواردات تصنيف سلعي 2003 .	11/4
228	التجارة البينية للكوميسا ، واردات الدول من السلع الغذائية 2003 .	12/4
229	واردات السودان من دول الكوميسا للفترة 1999-2006 .	13/4
229	واردات السودان من دول الكوميسا حسب الدول 1999-2006 .	14/4

230	واردات السودان من مصر 1993-2006	15/4
230	واردات السودان من مصر 2006 تصنيف سلعي .	16/4
231	واردات السودان من السلع الصناعية و الغذائية من دول العالم 2002-2006 .	17/4
232	واردات السودان من السلع الصناعية من دول الكوميسا 1999-2006 .	18/4
233	منتجات الأحذية 2000-2006.	19/4
233	منتجات الاسمنت 2000 -2006.	20/4
235	واردات السودان من دول الكوميسا للسلع الغذائية 1999-2006	21/4
236	منتجات السلع الغذائية بالسودان 2001 -2005.	22/4
237	واردات السودان من الكوميسا (السلع الكيماوية) 1999-2006	23/4
238	انتاج السلع الكيماوية السودانية – الإطارات 2000-2005	24/4
238	انتاج السلع الكيماوية السودانية – بطاريات جافة 2000-2005	25/4
241	الرخص التجارية لمصنع المواد الغذائية 2003 -2006	26/4
246	نسبة تمويل القطاع الصناعي من جملة التمويل 2000-2005	27/4
247	حاجيات المستهلك ، ماسلو .	28/4
249	نظرية التعليم.	29/4
252	انسياب الاستثمار الأجنبي في ظل الكوميسا .	30/4
262	رسم بياني لنتائج تفضيل السلع الغذائية المصنعة .	31/4
263	رسم بياني لنتائج تفضيل صناعة الملابس	32/4
264	رسم بياني لنتائج تفضيل صناعة صابون البودرة .	33/4
264	رسم بياني لنتائج تفضيل صناعة الأحذية	34/4
265	رسم بياني لنتائج تفضيل صناعة البسكويت .	35/4

266	رسم بياني لنتيجة تفضيل صناعة معجون الأسنان .	36/4
266	رسم بياني لنتيجة تفضيل صناعة اللبن المجفف .	37/4
268	رسم بياني لنتيجة عناصر المفاضلة عند المستهلك السوداني .	38/4
269	رسم بياني لنتيجة وصف السلع الغذائية السودانية عند المستهلك .	39/4