

بسم الله الرحمن الرحيم

آيات قرانيه

قال تعالى:

﴿بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ﴾

الرَّحْمَنُ ﴿١﴾ عَلَّمَ الْقُرْآنَ ﴿٢﴾ خَلَقَ الْإِنْسَانَ ﴿٣﴾ عَلَّمَهُ الْيَّسَانَ ﴿٤﴾
الشَّمْسُ وَالْقَمَرُ بِحُسْبَانٍ ﴿٥﴾ وَالنَّجْمُ وَالشَّجَرُ يَسْجُدَانِ ﴿٦﴾ وَالسَّمَاءَ رَفَعَهَا
وَوَضَعَ الْمِيزَانَ ﴿٧﴾ أَلَّا تَطْغَوْا فِي الْمِيزَانِ ﴿٨﴾ وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا
تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ﴿٩﴾ وَالْأَرْضَ وَضَعَهَا لِلْأَنْحَامِ ﴿١٠﴾ فِيهَا فَاكِهَةٌ وَالنَّخْلُ ذَاتُ
الْأُكْمَامِ ﴿١١﴾ وَالْحَبُّ ذُو الْعَصْفِ وَالرَّيْحَانُ ﴿١٢﴾ فِيهِ لَآيَاتٌ لِّكُلِّ بَشَرٍ

﴿١٣﴾ صدق الله العظيم

• سورة الرحمن الآيات من 1-13

إهداء

إلى أبي حبيبي في جنات الخلد.
إلى روحك الطاهرة وهي بين يدي الرحمن.
إلى من أنرت لي الدنيا بحبك.
إلى والدتي العزيزة أمد الله في أيامها ومتعها الله بالصحة والعافية.
إلى زوجتي الحبيبة ورفيقه دربي حنان إلى ابني الحبيب وألمي أحمد إلى كل زملائي واساتذتي
الكرام أهدي سفري هذا لكم جميعاً .
وأهبه صدقة جارية لروح أبي الطاهرة.

الشكر والتقدير

أشكر الله العليّ التقدير على جزيل نعمائه وافى حق الشكر محبة وصدقاً قولاً وعملاً لمن
أوجدني من العدم والذي يسر لنا أمرنا، وجعل الحزن سهلاً، والذي علمنا بالقلم علمنا ما لم نكن

نعلم، لولا رحمته بنا، والذي شرح لنا صدورنا ويسر لنا أمورنا، وجعلنا من عباده الذين اصطفاهم وخصهم بحب العلم والتعلم.

في هذه السانحة أود أن أشكر إدارة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا التي اتاحت فرصة الحصول علي درجة الدكتوراه من جامعتهم التي تعتبر من اعرق الجامعات السودانية كما اود ان اشكر أستاذي الفاضل الجليل بروفير علي عبدالله الحاكم الذي كان له الفضل في خروج هذه الرسالة للنور، وبهذه الصورة التي أتمنى في أن تكون قد قدمت جزءا يسيرا من المعرفة لصالح الانسانيه، كذلك الشكر الجزيل للمشرف المعاون الدكتور عبدالحفيظ علي حسب الله، كما أود أن أشكر أسرته مكتبة الشروق على تعاونهم معي في طباعة هذه الرسالة ،كذلك اود ان اتقدم بجزيل الشكر للاستاذ محمد صالح الذي ساهم بجهد كبير في تحليل البيانات مستخدما الطرق الاحصائية المختلفة مما ساهم في ظهور البحث بهذا المستوي وأيضا أخص بالشكر الجزيل أساتذتي الكرام الأجلاء بروفير حسن عباس، وروفير بكرى الطيب موسى، وروفير احمد حمرة خليفة، وروفير محمد عبد الحليم فرح لما قدموه لي من نصح ولارشاد، وهم يحكمون الاستبانة التي وضعتها بين أيديهم الكريمة كما أود أيضا أن أشكر اخوتي صديق عوض وسليمان عبدالله لما قدموه من دفع معنوي أعانني كثيرا في انجاز هذه الرسالة والتي أتمنى أن تضيف جديدا للمكتبة السودانية

ختاماً شكري لكل من قدم لي دعماً أو أعانني على إتمام هذه الرسالة والتي أكون بها قد قدمت عملا مفيدا يعادل الجهد الذي بذلته، والدعم الذي وجدته من أسرتي وزملائي واخواني

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
الإستهلال	أ

ب	الإهداء
ج	الشكر والتقدير
و	قائمة الجداول
ح	قائمة الاشكال
ط	ملخص البحث بالعربية
ك	ملخص البحث بالانجليزية
20 - 1	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
1	المبحث الاول : المقدمة
21	المبحث الثاني :الداسات السابقة
40 - 21	الفصل الثاني الإطار العام للتخطيط الاستراتيجي
21	المبحث الأول: ماهو التخطيط الإستراتيجي وما هي خصائصه ومزاياه
33	المبحث الثاني: أنواع وفوائد التخطيط الإستراتيجي
71 - 41	الفصل الثالث: أهميه واستخدامات التخطيط الإستراتيجي والعوامل المحددة لنجاحه ومراحله
41	المبحث الأول: أهمية واستخدامات التخطيط الإستراتيجي والعوامل المحدده لنجاحه
47	المبحث الثاني: مراحل التخطيط الاستراتيجي ومسؤوليته
90 - 72	الفصل الرابع: أهمية وأهداف التخطيط الإستراتيجي، وتحليل البيئة في المؤسسات المالية
72	المبحث الأول :أهمية واهداف التخطيط الإستراتيجي للمؤسسات المالية
81	المبحث الثاني:تحليل البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسات الماليه لأغراض التخطيط الإستراتيجي
129 - 91	الفصل الخامس: التفكير و التخطيط الإستراتيجي والتنبؤ بالأهداف التسويقية وتحققها
91	المبحث الأول : التفكير الإستراتيجي والتنبؤ بالأهداف التسويقية للمؤسسات المالية

103	المبحث الثاني: أهمية التخطيط الإستراتيجي في تحقيق الأهداف التسويقية للمؤسسات المالية
	الفصل السادس: تحليل البيانات والنتائج والتوصيات 202-130
159	المبحث الاول : إجراءات الدراسة الميدانية
160	المبحث الثاني: النتائج والتوصيات
166	الملاحق والمراجع

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
112	مؤشرات الربحية –البنك الزراعي	جدول رقم (1)

112	مؤشرات النمو - البنك الزراعي	جدول رقم (2)
112	مؤشرات البقاء - البنك الزراعي	جدول رقم (3)
113	مؤشرات الربحية - بنك فيصل	جدول رقم (4)
113	مؤشرات النمو - بنك فيصل	جدول رقم (5)
113	مؤشرات البقاء - بنك فيصل	جدول رقم (6)
139	يوضح عدد الاستبانات الموزعة	جدول رقم (7)
143	يوضح معدل استجابة المبحوثين	جدول رقم (8)
144	يوضح اسم البنوك والتكرارات	جدول رقم (9)
144	يوضح النوع	جدول رقم (10)
145	يوضح سنوات العمر لأفراد العينة المبحوثة	جدول رقم (11)
145	يوضح المستوى التعليمي لأفراد العينة المبحوثة	جدول رقم (12)
146	يوضح سنوات الخبرة لأفراد العينة المبحوثة.	جدول رقم (13)
148	يوضح التحليل العاملي لمتغير التخطيط الاستراتيجي	جدول رقم (14)
149	يوضح التحليل العاملي لمتغير الأداء التسويقي	جدول رقم (15)
153	يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري والمصدقية	جدول رقم (16)
154	يوضح الارتباط بين المتغيرات	جدول رقم (17)
155	يوضح العلاقة بين التخطيط الإستراتيجي والأهداف التسويقية	جدول رقم (18)
156	يوضح العلاقة بين التخطيط الإستراتيجي والتقييم والمتابعة	جدول رقم (19)

156	يوضح العلاقة بين التخطيط الإستراتيجي والاستمرارية	جدول رقم (20)
157	يوضح العلاقة بين التخطيط الإستراتيجي والمركز التنافسي	جدول رقم (21)
158	يوضح العلاقة بين التخطيط الإستراتيجي والفرص التسويقية	جدول رقم (22)
158	يوضح ملخص إثبات الفروض	جدول رقم (23)

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الشكل
51	خطوات التخطيط الإستراتيجي	الشكل رقم (1)
53	The Strategic planning process	الشكل رقم (2)

54	The Strategic planning process	الشكل رقم (3)
56	The strategic planning process	الشكل رقم (4)
57	النموذج العام للتخطيط الإستراتيجي	الشكل رقم (5)
59	المكونات الرئيسية لعملية التخطيط الإستراتيجي	الشكل رقم (6)
60	الوضع النموذجي للتخطيط الإستراتيجي	الشكل رقم (7)
61	نموذج لمراحل التخطيط الإستراتيجي	الشكل رقم (8)
88	اهم العوامل والمتغيرات البيئية الخارجية	الشكل رقم (9)
96	شكل يوضح أبعاد التفكير الاستراتيجي والتخطيط الاستراتيجي	الشكل رقم (10)
128	يوضح ابعاد محاور الخطة السنوية للبنك الزراعي وبنك فيصل	الشكل رقم (11)
140	شكل يوضح نموذج الدراسة	الشكل رقم (12)

المستخلص

يتناول هذا البحث التخطيط الاستراتيجي كأحد الأدوات المهمة التي تستخدم لتحقيق أهداف المؤسسات المالية من خلال أدائها لأعمالها وأيضاً لما يمثلته التخطيط الاستراتيجي من أهمية كبرى وثبات للأداء التسويقي للمؤسسات المالية بالسودان، و قد تناول الفرضيات المتعلقة بالعلاقة بين التخطيط الاستراتيجي وكلا من

الأهداف التسويقية ,الفرص التسويقية,الاهداف الاستراتيجية , الاستمرارية والتقييم والمتابعة .من خلال استخدام الاستبانة واخذ عينة تمثلت في(150) مفردة حيث تم تحليل البيانات باستخدام الإحصاء الوصفي لتحليل الجوانب الديمغرافية، وللتأكد من جودة البيانات ، فقد تم إستخدام التحليل العاملي والارتباط حيث أظهرت النتائج جودة عالية للبيانات، بناء علي ذلك تم استخدام الانحدار لاختبار الفرضيات، وقد توصل البحث للاتي:

أولاً: النتائج

1/ وجود علاقة إيجابية بين التخطيط الإستراتيجي والأهداف التسويقية

2/وجود علاقة إيجابية بين التخطيط الإستراتيجي والفرص التسويقية

3/ وجود علاقة إيجابية بين التخطيط الإستراتيجي والمركز التنافسي

4/ وجود علاقة إيجابية بين التخطيط الإستراتيجي والاستمرارية

5/ وجود علاقة بين التخطيط الإستراتيجي والمتابعة والتقييم

ثانياً: التوصيات:

1/ يوصي الباحث بأن تقوم المؤسسات المالية بإعداد أهدافها التسويقية بعد أن تكون قد قامت بعملية تحليل البيئتين الداخلية والخارجية لمعرفة الفرص الموجودة في البيئة الخارجية، وأيضاً العمل على استكشاف احتياجات زبائننا الحاليين والمستقبليين، ومعرفة رغباتهم لتحويلها إلى سلع وخدمات .

2/ يوصي الباحث بأن تعمل المؤسسات المالية على اكتشاف الفرص التسويقية من خلال إجراء بحوث السوق والدراسات الميدانية لاحتياجات المستفيدين، حتى تتمكن من تحويل هذه الاحتياجات إلى سلع وخدمات.

3/يوصي الباحث لتحقيق الاستمراريه ان تكون الأهداف الإستراتيجية للمؤسسات المالية متوافقة مع إمكانياتها المادية والبشرية، ومع ما تستخدم من تكنولوجيا، وأن تكون هذه الأهداف منصبة في تحقيق الأهداف الوظيفية لمختلف وحدات المؤسسة،.

4/ يوصي الباحث أن يكون المركز التنافسي للمؤسسة أحد الأولويات المهمة التي تمنحها الإدارة عناية خاصة .

5/ كما يوصي الباحث بأن تقوم المؤسسات المالية بعملية متابعة أدائها للأعمال المختلفة التي تقوم بها، ومعرفة هل تمت بالصورة السليمة،.

Abstract

This study deal with strategic planning as one of the important tools used to achieve financial institutions objectives through its performance. and also strategic planning represent a major importance for financial institution stability in the market. the problem of this study is about the impact of strategic planning on marketing performance for financial institutions in Sudan. it discuss hypothesis related to the relationship between and

marketing objectives marketing opportunities, strategic objectives, continuity, monitoring and evaluation. For financial institutions .through using questionnaire and taking sample that include 150 person , the data has been analysis .and descriptive statistic method has been used to analysis the demographic data to check data quality . factor analysis and correlation has been used and the data show high quality .according to this regression has been used to check and examine the hypothesis of the study.

1/ result:

1/ there is positive relationship between the strategic planning and marketing objective for the financial institutions.

2/ there is appositive relationship between the strategic planning and the marketing opportunities for the financial institutions .

3/ there is appositive relationship between the strategic planning and competitive centre for financial institutions.

4/ there is appositive relationship between the strategic planning and the continuity of financial institutions .

5/ there is appositive relationship between the strategic planning and monitoring and evaluation for the financial institutions.

2/ recommendations:

1/ researcher recommends that financial institutions prepare their marketing objectives after they have carried out analysis of internal and external environment to see the opportunities that exist in it and also work to explore the needs of its current and future clients and find their desires to be converted into goods and services.

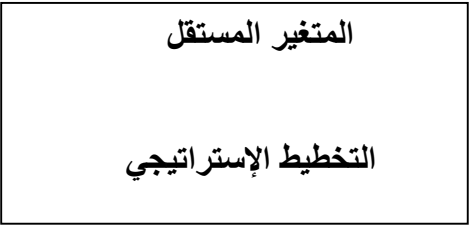
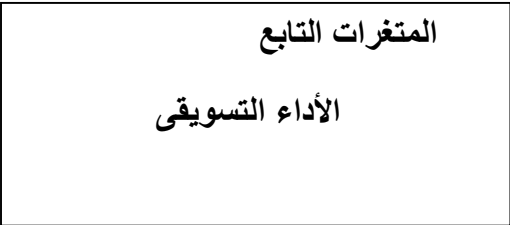
2/ the researcher recommends that financial institutions should work to discover the marketing opportunities through marketing research and field study to the needs its clients so as it can turn these needs into goods and services .

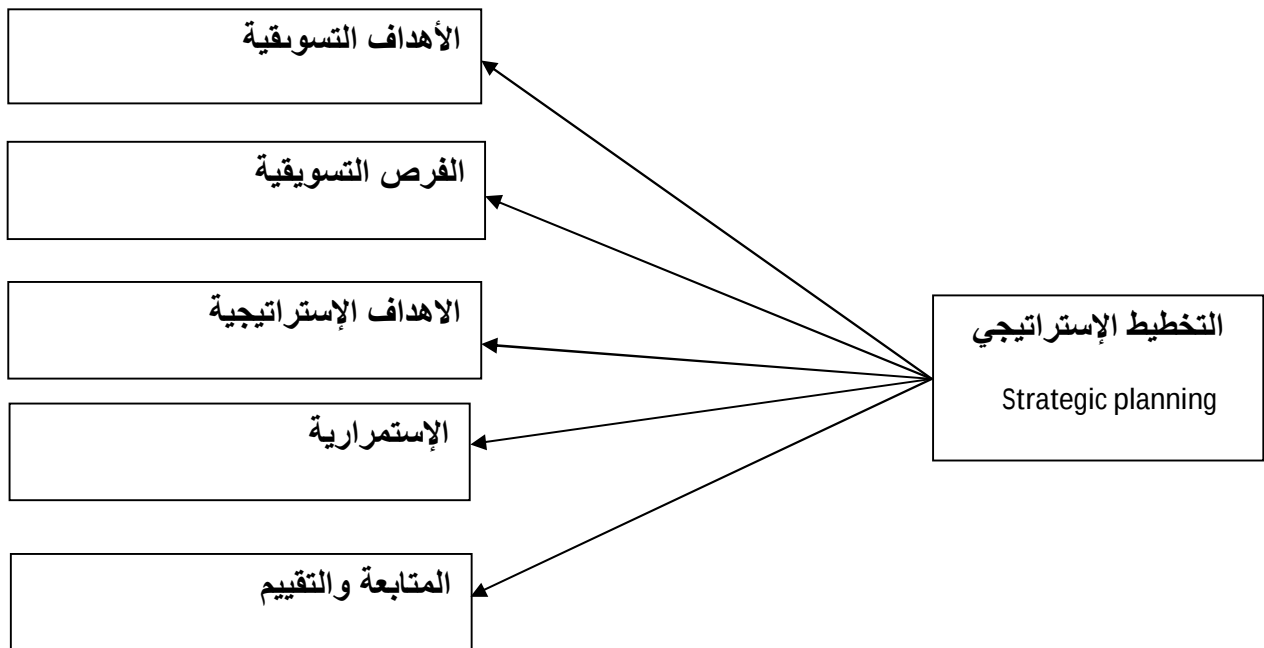
3/ .the researcher recommends that for continuity of financial institutions its strategic objectives must match it human and physical resources and the level of technology in it and all objectives support the objectives of all institutions units.

4/ the researcher recommend that competitive centre of the financial institutions is one of the priorities factors and financial administrations' should give it especial attentions.

5/ the researcher recommends that financial institutions should flow up the performance process of the various acts that it make and make sure that it has been done perfectly .

نموذج الدراسة





إعداد الطالب مقدم الدراسة