

الإستهلال

قَالَ تَعَالَى:

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ
وَسَخَّرَ لَكُمُ الْفُلْكَ لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْأَنْهَارَ

صَلَّى اللَّهُ الْعَلِيمُ

(سورة إبراهيم- الآية 32).

الإهداء

إلى ..

والدتي العظيمة متعها الله بالصحة والعافية

إلى ..

روح أبي الطاهرة طيب الله ثراه

إلى ..

كل أفراد اسرتي فرداً فرداً..

إلى ..

كل من وقف معي ودعم مسيرة حياتي العلمية..

إلى ..

الاصدقاء والزملاء ورفقاء الدرب

إلى ..

كل من نهلت على يديهم العلم والمعرفة.. وأخص منهم اساتذتي في
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا قسم الاقتصاد

إلى ..

كل طالب علم وسادن معرفة.. إلى كل المهومين بهذا الوطن حاضره ومستقبله

أهدي هذا الجهد حباً وتقديراً ووفاءً

الشكر والعرفان

الشكر أجزله من بعد الله تعالى لكل من ساهم في ان ير هذا البحث النور..

الشكر للأسرة الكريمة في تقديمها كل غالي ونفيس طيلة مسيرتي التعليمية..

والشكر أجزله إلى وزارة المالية ولاية جنوب دار فور،، ووزارة المالية ولاية شرق دار فور، ولمفوضية تشجيع الاستثمار

ولاية جنوب دار فور

والشكر لإدارة البحوث والمشروعات بالجهاز القومي للاستثمار، وإلى إدارة مفوضية تشجيع الاستثمار ولاية الخرطوم..

وأخص إدارة الترويج وتطوير الاعمال بالمفوضية، والتخطيط الاستراتيجي والمعلومات...

الشكر أجزله للدكتور : أحمد على أحمد الذي اشرف على هذا البحث.

الشكر لآخي وزميلي سليمان محمد نور..، والشكر للابن حامد محمد عبدالله وأسرته الكريمة.

والشكر لكل من وقف معي لاكمال هذا البحث. لهم مني جزيل الشكر والامتنان.

وأخر دعوانا ان الحمد لله رب العالمين...

المستخلص

تناول البحث دور الترويج في جذب الاستثمار الاجنبي المباشر، بالتطبيق على مفوضية تشجيع الاستثمار ولاية الخرطوم.

هدف البحث إلى إيضاح مفاهيم واسس الترويج وضرورة تطبيقها لتحفيز المستثمرين على ارتياد مجالات أوسع من النشاطات الاقتصادية في ولاية الخرطوم، والتعرف على اهم المشكلات والتحديات التي تحد من نجاح الجهود الترويجية بالولاية، بالاضافة الى افضل عناصر المزيج الترويجي ووسائل الترويج لجذب الإستثمار الاجنبي المباشر. اتبع البحث المنهج التاريخي والمنهج الإستقرائي لجمع المعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة وتحليلها وتعميم نتائجها.

وقد إشتملت الدراسة على مقدمة حوت الإطار المنهجي للدراسة والدراسات السابقة، وثلاثة فصول مقسمة إلى مباحث وخاتمة تناولت النتائج والتوصيات.

أوضحت الدراسة استئثار ولاية الخرطوم بأكثر من ثلثي الاستثمارات الأجنبية، خلال فترة الدارسة (2000-2012م)، وان استقرار وسلامة السياسات الاقتصادية يعد أحد العوامل المهمة في نجاح الاستراتيجية الترويجية لجذب الاستثمارات الاجنبية، وان اهم العوائق التي تحد من نجاح الجهود الترويجية، هي عدم كفاية الارصدة المالية لمقابلة الانشطة الترويجية، و عدم توفر المختصين في مجال الترويج والامكانات الفنية، وعدم مقدرة توجيه الاستثمار إلى القطاعات ذات الاولوية.

خلصت الدراسة إلى ضرورة تمكين الوزارات والمفوضيات والهيئات والإدارات القائمة على أمر الاستثمار بالمرزكوالولايات، مالياً وإدارياً وفنياً للقيام بدورها الطبيعي في جذب الاستثمار الاجنبي المباشر، وذلك بإعداد خارطة استثمارية لكل ولاية تسهم في وضع خطط وسياسات ترويجية مناسبة تمكنها من الوصول الى الشرائح المستهدفة من المستثمرين، وضرورة تهيئة المناخ المستقر للجاذب للاستثمارات سواء من ناحية السياسات او الاجراءات او ضمان حقوق المستثمرين. والتركيز على الاعلان والاتصال المباشر كعناصر ترويجية، والمشاركة في المعارض والملتقيات وإستخدام الوسائط كوسائل للترويج.

ABSTRACT

The research approached the role of promotion in attracting foreign direct investment, applying on the Investment Encouragement Commission - Khartoum state.

The goal of research is to clarify the concepts and foundations of promotion and the need to be applied to stimulate investors to frequent broader areas of economic activities in the state of Khartoum, and to identify the most important problems and challenges that limit the success of promotional efforts in the state, in addition to the best elements of promotional mix and means of promotion to attract foreign direct investment. The research followed the historical, and the inductive methodologies in collecting information about the subject of the study, its analyses and generalization of the information.

The study contained an introduction included methodological framework for the study and previous studies, and three chapters divided into sections and a conclusion addressed the findings and recommendations.

The study showed possess of Khartoum state by more than two-thirds of foreign investment during the period of the study (2000 - 2012 AD), and that the stability and intact of economic policies are important factors for the success of the promotion strategy to attract foreign investment, and that the most important obstacles that limit the success of promotional efforts, are insufficient financial assets to meet the promotional activities, and the lack of specialists in the field of promotion and technical capabilities, and the inability of directing investments to priority sectors.

The study concluded to the need of empowering ministries, commissions, agencies and departments related to Investment in Khartoum and the states, financially and administratively and technically to conduct its avant-garde in attracting foreign direct investment by preparing investment map for each state to contribute in the development of appropriate promotional plans and policies enable them to reach the target segments of investors, and the need to create a stable climate for attracting investments both in terms of policies, procedures or guarantee the rights of investors and focus on advertising and direct contact as promotional items, and participation in exhibitions and forums and to use the media as a means of promotion.

فهرست الموضوعات

العدد	الموضوع	رقم الصفحة
1.	الآية	أ
2.	الأهداء	ب
3.	الشكر والعرفان	ج
4.	مستخلص البحث	د
5.	ABSTRACT	هـ
6.	فهرست الموضوعات	و
7.	فهرست الجداول	ز
8.	فهرست الاشكال	ح
9.	فهرست الملاحق	ط
10.	المقدمة	
11.	الإطار المنهجي: تقديم، اهمية البحث، مشكلة البحث، اهداف البحث، مصادر جمع المعلومات..الخ	1
12.	الدراسات السابقة	4
13.	الفصل الأول: الإستثمار الاجنبي واستراتيجيات الترويج له	
14.	المبحث الأول: مفهوم الاستثمار الاجنبي وأهميته الاقتصادية	8
15.	المبحث الثاني: مفهوم الترويج وعناصر المزيج الترويجي وتقييم جاذبيته	19
16.	الفصل الثاني : الدور الترويجي لمفوضية ولاية الخرطوم واثره في تشجيع الاستثمار الاجنبي المباشر	
17.	المبحث الاول: مفوضية تشجيع الاستثمار النشأة والتطور والاهداف	37
18.	المبحث الثاني: دور المفوضية في جذب الاستثمارات الاجنبية المباشرة	52
19.	الفصل الثالث: دور الترويج في جذب الإستثمارات الاجنبية بالسودان	
20.	المبحث الاول : حجم الاستثمارات الاجنبية بالسودان من 2000 - 2012م والتوزيع الجغرافي لها.	59
21.	المبحث الثاني: تحليل البيانات الدراسة ومناقشته الاسئلة	63
22.	الخاتمة	
23.	النتائج	92
24.	التوصيات	94
25.	قائمة المراجع	96
26.	الملاحق	100

فهرست الجداول

العدد	الموضوع	رقم الصفحة
1.	جدول رقم (1/2) المؤشرات الاقتصادية الكلية بالسودان 2008 - 2012م	43
2.	الجدول رقم (2/2) الاستثمارات الأجنبية المصدقة 2011م - يونيو 2012م.	44
3.	جدول رقم (3/2) : الكتب والمطبوعات التعريفية بالمفوضية	56
4.	جدول رقم (4/2): مشاركة المفوضية في المعارض والملتقيات والمننديات الداخلية والخارجية	57
5.	جدول رقم (5/2): لقاءات المفوضية بوفود المستثمرين ممثلي البعثات الدبلوماسية والاجهزة الاعلامية	58
6.	جدول رقم (1/3): تدفق الاستثمار الاجنبية في السودان (2000 - 2012م) ببيلايين الدولارات	59
7.	جدول رقم (2/3): توزيع الاستثمارات الاجنبية غير البترولية جغرافيا (2000 - 2010م) بملايين الدولارات	60
8.	جدول رقم (3/3): نسبة استجابة افراد العينة المبحوثة	63
9.	جدول رقم (4/3): التكرارات لأفراد عينة الدراسة وفق النوع	66
10.	جدول رقم (5/3): التكرارات لأفراد عينة الدراسة حسب العمر	67
11.	جدول رقم (6/3): التكرارات لأفراد عينة الدراسة وفق المستوى التعليمي	68
12.	جدول رقم (7/3): التكرارات لأفراد عينة الدراسة وفق موقع العمل	69
13.	جدول رقم (8/3): التكرارات لأفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة	70
14.	جدول رقم (9/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة تجاه العبارة الأولى للسؤال الأول	71
15.	جدول رقم (10/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة تجاه العبارة الثانية للسؤال الأول	72
16.	جدول رقم (11/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة تجاه العبارة الثالثة للسؤال الأول	73
17.	جدول رقم (12/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة تجاه العبارة الرابعة للسؤال الأول	74
18.	جدول رقم (13/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة تجاه العبارة الخامسة للسؤال الأول	75
19.	جدول رقم (14/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة تجاه العبارة السادسة للسؤال الأول	76
20.	جدول رقم (15/3): الوسط الحسابي و الانحراف المعياري و درجات الحرية والقيمة الاحتمالية لاختبار مربع كاي لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات السؤال الأول	77
21.	جدول رقم (16/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة تجاه العبارة الأولى للسؤال الثاني	78
22.	جدول رقم (17/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة تجاه العبارة الثانية للسؤال الثاني	79
23.	جدول رقم (18/3): تكرارات لإجابات أفراد العينة تجاه العبارة الثالثة للسؤال الثاني	80
24.	جدول رقم (19/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة تجاه العبارة الرابعة للسؤال الثاني	81
25.	جدول رقم (20/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة تجاه العبارة الخامسة للسؤال الثاني	82
26.	جدول رقم (21/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة تجاه العبارة السادسة للسؤال الثاني	83
27.	جدول رقم (22/3): الوسط الحسابي و الانحراف المعياري و درجات الحرية والقيمة الاحتمالية لاختبار مربع كاي لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات السؤال الثاني	84
28.	جدول رقم (23/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة تجاه العبارة الأولى للسؤال الثالث	85
29.	جدول رقم (24/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة تجاه العبارة الثانية للسؤال الثالث	86
30.	جدول رقم (25/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة تجاه العبارة الثالثة للسؤال الثالث	87
31.	جدول رقم (26/3) : الوسط الحسابي و الانحراف المعياري و درجات الحرية والقيمة الاحتمالية لاختبار مربع كاي لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات لسؤال الثالث	88
32.	جدول رقم (27/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة لاختيار أفضل عناصر المزيج الترويجي	89
33.	جدول رقم (28/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة لاختيار أفضل الوسائل الترويجية	90

العدد	الموضوع	رقم الصفحة
1.	شكل رقم (1/1): العناصر الأربعة للمزيج التسويقي السلعي:	19
2.	شكل رقم (2/1): عملية الإتصال التسويقي	23
3.	شكل رقم (3/1): أثر الترويج على منحني الطلب	25
4.	شكل رقم (4/1): دور الترويج كعصر من عناصر المزيج التسويقي	26
5.	شكل رقم (1/2): الهيكل الوظيفي العام لمفوضية تشجيع الاستثمار ولاية الخرطوم	49
6.	شكل رقم (2/2) الهيكل الوظيفي الإدارة الترويج وتطوير الاعمال	55
7.	شكل رقم (1/3) - يوضح التوزيع الجغرافي للاستثمارات الاجنبية	62
8.	شكل رقم (2/3): تكرار أفراد عينة الدراسة وفق النوع	66
9.	شكل رقم (3/3): تكرار أفراد عينة الدراسة حسب العمر	67
10.	شكل رقم (4/3): تكرار أفراد عينة الدراسة وفق المستوى التعليمي	68
11.	شكل رقم (5/3): تكرار أفراد عينة الدراسة وفق موقع العمل	69
12.	شكل بيان رقم (6/3): تكرار أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة	70
13.	شكل بياني رقم (7/3): تكرار إجابات أفراد العينة تجاه العبارة الأولى للسؤال الأول	71
14.	شكل بياني رقم (8/3): إجابات أفراد العينة تجاه العبارة الثانية للسؤال الأول	72
15.	شكل بياني رقم (9/3): تكرار إجابات أفراد العينة تجاه العبارة الثالثة للسؤال الأول	73
16.	شكل بياني رقم (10/3): تكرار إجابات أفراد العينة تجاه العبارة الرابعة للسؤال الأول	74
17.	شكل رقم (11/3): تكرار إجابات أفراد العينة تجاه العبارة الخامسة للسؤال الأول	75
18.	شكل رقم (12/3): تكرار إجابات أفراد العينة تجاه العبارة السادسة للسؤال الأول	76
19.	شكل بياني رقم (13/3): تكرار إجابات أفراد العينة تجاه العبارة الأولى للسؤال الثاني	78
20.	شكل بياني رقم (14/3): تكرار إجابات أفراد العينة تجاه العبارة الثانية للسؤال الثاني	79
21.	شكل بياني رقم (15/3): تكرار إجابات أفراد العينة تجاه العبارة الثالثة للسؤال الثاني	80
22.	شكل بياني رقم (16/3): تكرار إجابات أفراد العينة تجاه العبارة الرابعة للسؤال الثاني	81
23.	شكل بياني رقم (17/3): تكرار إجابات أفراد العينة تجاه العبارة الخامسة للسؤال الثاني	82
24.	شكل بياني رقم (18/3): تكرار إجابات أفراد العينة تجاه العبارة السادسة للسؤال الثاني	83
25.	شكل بياني رقم (19/3): تكرار إجابات أفراد العينة تجاه العبارة الأولى للسؤال الثالث	85
26.	شكل بياني رقم (20/3): تكرار إجابات أفراد العينة تجاه العبارة الثانية للسؤال الثالث	86
27.	شكل بياني رقم (21/3): يتكرر إجابات أفراد العينة تجاه العبارة الثالثة للسؤال الثالث	87
28.	شكل بياني رقم (22/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة لإختيار أفضل عناصر المزيج الترويجي لجذب الاستثمار الاجنبي المباشر بالولاية	89
29.	جدول رقم (23/3): التكرارات لإجابات أفراد العينة لإختيار أفضل الوسائل الترويجية لجذب الاستثمارات الاجنبية	90

العدد	الموضوع	رقم الصفحة
1.	ملحق رقم (1): الإستبانة	99
2.	ملحق رقم (2): قائمة باعضاء المجلس الاعلى للاستثمار	101
3.	ملحق رقم (3): إختصاصات المجلس الاعلى للاستثمار	102
	ملحق رقم (4): إختصاصات وسلطات المفوض	
	ملحق رقم (5): نتائج التحليل الإحصائي	