

جامعة عين شمس

كلية التجارة

قسم إدارة الأعمال

أثر البيئة على السياسات التسويقية للشركات
متعددة الجنسية فى مصر

رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير فى
إدارة الأعمال

من

عزة عبد القادر إبراهيم البورصلى

المعيدة بقسم إدارة الأعمال

إشراف

الأستاذ الدكتور / حسن محمد خير الدين

أستاذ التسويق والإعلان

كلية التجارة - جامعة عين شمس

١٩٩١

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون"

لجنة المناقشة

الأستاذ الدكتور / حسن محمد خير الدين
أستاذ التسويق والإعلان
مشرفا ورئيسا

الأستاذ الدكتور / بكرى طه عطيه
أستاذ التسويق والإعلان
وعميد كلية التجارة - جامعة الأزهر
عضوا

الدكتور / عبيد محمد عنان
أستاذ مساعد إدارة الأعمال
عضوا

شكر وتقدير

" الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا ان هدانا الله "
" صدق الله العظيم "

تتوجه الباحث الي الله العلي القدير حامدة شاكرة له سبحانه وتعالى سابغ نعمه عليها ؛ ومنها اتمام هذا البحث . كما تتوجه الباحث بوافر الشكر للاستاذ الدكتور حسن محمد خير الدين لتفضله بالاشراف على هذه الرسالة وحسن توجيهه وارشاده للباحث ؛ وللستاذ الدكتور بكوي طه عطيه وللستاذ الدكتور عبيد محمد عنان اللذان اقتطعا من وقتهما الثمين جزءا لقراءة هذه الرسالة ومناقشتها بالرغم من اعبائهما الجسام ومشاغلهما الكثيرة ؛ فلهما جزيل الشكر والامتنان .

كما تتوجه الباحث بوافر الشكر والتقدير وبأخلص آيات الاحترام والامتنان لكل من قدم لها سندا وعونا وزودها بالنصائح والارشادات القيمة والبيانات الوفيرة التي مكنتها من اتمام هذا البحث ؛ وتخص بالذكر :-

أستاذ التسويق والاعلان بالكلية
مدرس ادارة الاعمال بالكلية
مدرس ادارة الاعمال بالكلية
مدرس الاحصاء بالكلية

الاستاذ الدكتور / حسن محمد خير الدين
الدكتور / عادل حافظ شكري
الدكتور / زهير حسن ثابت
الدكتور / أنجة كمال الصايف

وتتوجه الباحث ايضا بالشكر للاستاذ محمود عبد النبس ولجميع العاملين بقطاع المعلومات والاحصاء بهيئة الاستثمار ؛ كما تتوجه بالشكر للمهندستان فتحية عبد الجليل و ساميه عماره ولجميع العاملين بمركز الحاسب الالى - جامعة عين شمس ؛ ولاسرة مكتبة كلية التجارة - جامعة عين شمس ؛ ولجميع الشركات التي ساهمت بالادلاء بأرائها لاتمام هذا البحث .

اليهم جميعا اهدى هذا العمل عسى ان يتقبله الله منى عملا صالحا .

الباحث

إهداء

إلى :

والدي

فلهما على كل الفضل

استاذي الفاضل

تقديرا وعرفانا

زوجتي واولادي

الذين ضحوا بالكثير من اجلي

محتويات البحث

محتويات البحث

رقم الصفحة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

أولا : خلفيات الدراسة .	٢
ثانيا : ظواهر المشكلة .	٤
ثالثا : جوانب المشكلة .	٩
رابعا : الدراسة الاستطلاعية .	١١
خامسا : فروض البحث .	١٥
سادسا : أهداف البحث .	١٥
سابعا : أهمية البحث والدراسات السابقة .	١٥
ثامنا : حدود ونطاق البحث .	١٩
تاسعا : تحديد مجتمع البحث .	٢٣
عاشر : الاتجاهات المختلفة لتقسيم البيئة التسويقية .	٢٤
حادي عشر : أسلوب البحث ومنهجية .	٢٨
ثاني عشر : خطة البحث .	٣٠

الفصل الثاني

ماهية الشركات متعددة الجنسية وخصائصها وأهدافها

مقدمة	٣٤
<u>المبحث الأول : تعريفات وخصائص الشركات متعددة الجنسية .</u>	٣٥
أولا : التعريفات المختلفة للشركات متعددة الجنسية .	٣٥
ثانيا : خصائص الشركات متعددة الجنسية .	٣٨
<u>المبحث الثاني : أهداف واستراتيجيات الشركات متعددة الجنسية .</u>	٤٢
أولا : أهداف الشركات متعددة الجنسية .	٤٢
ثانيا : استراتيجيات الشركات متعددة الجنسية .	٤٧

٥٣	المبحث الثالث : <u>الآختيارات التنظيمية للشركات متعددة الجنسية</u> .
٥٣	أولا : نموذج الهرم الكبير .
٥٤	ثانيا : نموذج المظلة .
٥٤	ثالثا : نموذج المجمعات المختلطة .
٥٧	المبحث الرابع : <u>الشركات متعددة الجنسية وتنمية دول العالم الثالث</u> .
٥٧	أولا : انجاء مؤيد .
٥٨	ثانيا : انجاء معارض .

الفصل الثالث

تأصيل نظري عن الفحص البيئي وسياسات المزيح التسويقي الدولي

٦٠	مقدمة
٦١	المبحث الأول : <u>أطار نظري للفحص البيئي</u> .
٦١	أولا : ماهية الفحص البيئي .
٦٢	ثانيا : التحليل البيئي كخطوة فرعية من تحليل الموقف .
٦٩	المبحث الثاني : <u>أطار نظري لسياسات المزيح التسويقي الدولي</u>
٦٩	أولا : سياسات المنتجات والترويج .
٨١	ثانيا : سياسة التسعير .
٨٧	ثالثا : سياسة التوزيع .
٩٠	رابعا : الاعتبارات الأساسية لتخطيط المزيح التسويقي الدولي .

الفصل الرابع

البيئة السياسية والقانونية

٩٤	مقدمة
	المبحث الأول : <u>البيئة السياسية كمحدد لجذب الاستثمارات وتأثيرها على</u>
٩٥	<u>السياسات التسويقية للشركات متعددة الجنسية</u> .
٩٥	أولا : <u>الانجاء نحو الاستثمارات الأجنبية المباشرة</u> .

٩٩	ثانيا : الاستقرار السياسى .
١٠٢	ثالثا : السياسات النقدية .
١٠٨	رابعا : بيروقراطية الاستثمار .
١٢٤	خامسا : الأخطار السياسية .
	<u>المبحث الثانى : البيئة القانونية كاحدى محددات جذب الاستثمارات الأجنبية</u>
١٢٩	<u>المباشرة داخل البلاد .</u>

الفصل الخامس

البيئة الاقتصادية

١٣٨	مقدمة
	<u>المبحث الأول : الدخل كاحد المحددات المؤثرة على السياسات التسويقية</u>
١٣٩	<u>للشركات متعددة الجنسية .</u>
١٣٩	أولا : إجمالى الناتج القومى .
١٤٣	ثانيا : صافى الدخل الفردى .
١٤٩	ثالثا : سوء توزيع الدخل .
	<u>المبحث الثانى : تأثير الموجه التضخمية التى تعرض لها الاقتصاد المصرى</u>
١٥٤	<u>على السياسات التسويقية للشركات متعددة الجنسية .</u>
١٥٥	أولا : أثر زيادة النفقات على السياسات التسويقية للشركات متعددة الجنسية .
١٦٤	ثانيا : أثر التدهور فى سعر صرف الجنية المصرى .
١٦٧	ثالثا : زيادة الأنفاق الاستهلاكى كنتيجة لارتفاع معدل التضخم .
	رابعا : تأثير الكساد الاقتصادى الذى زمر به البلاد على السياسات التسويقية
١٦٩	للشركات متعددة الجنسيه .
	خامسا : ردود فعل الشركات متعددة الجنسية العاملة فى مصر تجاه
١٧٣	سوء الأحوال الاقتصادية .
	<u>المبحث الثالث : تأثير المنافسين على السياسات التسويقية للشركات</u>
١٧٥	<u>متعددة الجنسيه .</u>
١٧٩	أولا : أنواع المنافسة .

- ١٨٠ ثانيا : طبيعة المنافسة .
١٨١ ثالثا : درجة شدة المنافسة .
١٨٢ رابعا : تحليل المنافسين .
١٨٤ خامسا : استراتيجيات المنافسة .
١٩٠ سادسا : مرونة الطلب السعرية .

الفصل السادس : البيئة الاجتماعية والثقافية

- ١٩٧ مقدمة
- المبحث الأول : بعض خصائص السكان كمحدد لجذب الاستثمارات الأجنبية
- ١٩٨ المباشرة داخل البلاد .
- ١٩٨ أولا : حجم ونمو السكان .
١٩٨ ثانيا : سوء توزيع العدد الكلى للسكان .
١٩٩ ثالثا : الهيكل العمرى للسكان .
١٩٩ رابعا : تناقض نسبة الأمية بين السكان .
١٩٩ خامسا : تزايد عدد خريجي الجامعات .
- المبحث الثانى : تأثير تكلفه ومهارة الايدي العاملة المصرية على السياسات
- ٢٠٣ التسويقية للشركات متعددة الجنسية .
- ٢٠٤ أولا : الحالة التعليمية لهيكل قوه العمل .
٢٠٤ ثانيا : التركيب المهنى لقوة العمل .
٢٠٥ ثالثا : حجم وهيكل البطالة فى مصر .
٢٠٦ رابعا : اختلال هرم العمالة
- ٢٠٩ خامسا : مستوى التكنولوجيا التى تستخدمها الشركات متعددة الجنسية .
- المبحث الثالث : الأمية الهجائية كمحدد لبعض القرارات التسويقية للشركات
- ٢١٢ متعددة الجنسية .

الفصل السابع
النتائج والتوصيات

٢٢٠	النتائج
٢٢٣	التوصيات
٢٣٧	قائمة المراجع
٢٤٥	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	رقم الصفحة
١	التدفقات الواردة من الاستثمارات الأجنبية المباشرة حسب البلد والمنطقة ١٩٧٠ - ١٩٨٠ .	٣
٢	نسبة مساهمة الشركات متعددة الجنسية فى المشروعات الاستثمارية .	٧
٣	اجمالى موافقات مشروعات الشركات متعددة الجنسية فى ظل قانون الاستثمار حتى نهاية عام ١٩٩٠ .	١٢
٤	الموقف التنفيذى لمشروعات الشركات متعددة الجنسية الموافق عليها للعمل داخل البلاد حتى نهاية ١٩٩٠ .	١٣
٥	تطور المشروعات للشركات متعددة الجنسية الموافق عليها للعمل داخل البلاد حتى نهاية ١٩٩٠ .	١٣
٦	الدراسات السابقة المتعلقة بالشركات متعددة الجنسية وسياسة الانفتاح الاقتصادى .	١٦
٧	الاهمية النسبية لعدد المشروعات التى تعمل فى ظل قانون الاستثمار وقيمة رؤوس اموالها وتكلفتها الاستثمارية لسنوات مختلفة .	٢٠
٨	مصادر تدفق الاستثمارات للمشروعات داخل البلاد .	٢١
٩	تقسيم وخطة البحث .	٣٠
١٠	اهداف الشركات متعددة الجنسية العاملة فى ج . م . ع .	٤٤
١١	اسباب اختيار الشركات متعددة الجنسية جمهورية مصر العربية لمزاولة النشاط فيها .	٤٦
١٢	الانجازات الادارية لتخطيط وادارة الشركات متعددة الجنسية على المستوى الدولى .	٤٨
١٣	البدائل المختلفة للمزيج التسويقى الدولى للشركات متعددة الجنسية .	٥١

رقم الصفحة	العنوان	رقم الجدول
	الاساس الذى يتم بناء عليه اتخاذ قرارات المزيح التسويقي للشركات متعددة الجنسية العاملة فى مصر .	١٤
٥٢	البدائل الاستراتيجية للمنظمات .	١٥
٦٧	سياسة المنتجات التى تنتجها الشركات متعددة الجنسية العاملة فى مصر .	١٦
٧١	الاسس وراء اختيار سياسة المنتجات المتبعة لدى الشركات متعددة الجنسية العاملة فى مصر .	١٧
٧٢	علاقة المتغيرات البيئية بتصميم المنتج .	١٨
٧٥	مستوى جودة وسعر منتجات الشركات متعددة الجنسية العاملة فى مصر .	١٩
٧٦	السياسة السعرية التى تتبعها الشركات متعددة الجنسية عند تقديم السلعة لأول مرة .	٢٠
٨٣	حدوث تغير فى السياسة السعرية للشركات متعددة الجنسية بعد فترة من مزاولة النشاط .	٢١
٨٥	اسباب حدوث تغير فى السياسة السعرية بعد فترة من مزاولة النشاط .	٢٢
٨٦	الاعتبارات الاساسية لتخطيط المزيح التسويقي الدولى للشركات متعددة الجنسية العاملة فى مصر .	٢٣
٩١	درجة تاثير اتباع سياسة الانفتاح الاقتصادى على جذب الاستثمارات الاجنبية المباشرة داخل البلاد .	٢٤
٩٧	الاسباب التى اعاقت جذب الاستثمارات الاجنبية المباشرة داخل البلاد .	٢٥
٩٨	درجة استقرار المناخ السياسى فى ج.م.ع. وجذب الاستثمارات الاجنبية المباشرة داخل البلاد .	٢٦
١٠١		