

# دور الترويج الإلكتروني على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر " دراسة تطبيقية هيئة الاستثمار الأردنية"

إعداد الطالب

جمال شفاقوج

إشراف

الأستاذ الدكتور محمود جاسم الصميدعي

## الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الترويج الإلكتروني بأبعاده (الموقع الإلكتروني، النافذة الاستثمارية، مواقع التواصل الاجتماعي Facebook، الحوافز والإعفاءات المقدمة) على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، إذ استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، حيث تكونت عينة الدراسة من (120) فرداً موزعين على (70) من العاملين في هيئة الاستثمار الأردنية و(50) من المستثمرين، وقام الباحث بالاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، واستخدم الباحث برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS لتحليل البيانات.

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، كان أهمها وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الترويج الإلكتروني بأبعاده (الموقع الإلكتروني، النافذة الاستثمارية، مواقع التواصل الاجتماعي Facebook، الحوافز والإعفاءات المقدمة) وجذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

وفي ضوء تلك النتائج، أوصى الباحث بعدة توصيات، أهمها: ضرورة تبني هيئة الاستثمار الأردنية للترويج الإلكتروني منهجاً لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وضرورة توسعة هيئة الاستثمار الأردنية لقواعد بياناتها على محركات البحث لتعزيز قدرة المستثمر المُحتمل من الوصول إلى الخدمات والمعلومات التي يحتاجها.