



شبكة المعلومات الجامعية

بسم الله الرحمن الرحيم



شبكة المعلومات الجامعية
@ ASUNET



شبكة المعلومات الجامعية التوثيق الالكتروني والميكروفيلم



شبكة المعلومات الجامعية

جامعة عين شمس

التوثيق الالكتروني والميكرو فيلم

قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها
علي هذه الأفلام قد أعدت دون أية تغيرات



يجب أن

تحفظ هذه الأفلام بعيدا عن الغبار

في درجة حرارة من ١٥-٢٥ مئوية ورطوبة نسبية من ٢٠-٤٠%

To be Kept away from Dust in Dry Cool place of
15-25- c and relative humidity 20-40%

بعض الوثائق الأصلية تالفة

بالرسالة صفحات لم ترد بالاصل

سياسات التسويق الدولي فى مصر فى مواجهة المتغيرات البيئية

دراسة ميدانية على
الصالحات النسيجية المصرية

B5696

رسالة مقدمة من

شحاتة سيد صميذة يمانى

بكالوريوس المعهد العالى للدراسات التعاونية والادارية ١٩٧٠

ليسانس حقوق كلية الحقوق جامعة القاهرة ١٩٨٣

دبلوم دراسات عليا فى التخطيط والتنمية الاقتصادية تجارة الأزهر ١٩٧٤

لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجيستر فى العلوم البيئية

قسم الاقتصاد والقانون والتنمية الإدارية

معهد الدراسات والبحوث البيئية

جامعة عين شمس

١٩٩٩

جامعة عين شمس

معهد الدراسات والبحوث البيئية

السادة أعضاء لجنة التحكيم

الوظيفة

الاسم ثلاثيا

١- الأستاذ الدكتور/ عبيد محمد عنان رئيسا

رئيس قسم الاقتصاد والقانون والتنمية الإدارية
بمعهد الدراسات والبحوث البيئية
بجامعة عين شمس

مشرفا وعضوا

٢- الأستاذ الدكتور/ حسن عبد المنعم الحيوان

أستاذ إدارة الأعمال المساعد بكلية تجارة
بجامعة عين شمس

عضوا

٣- الأستاذ الدكتور/ عبد السلام سيد سلطان

مدير عام بحوث السلع الصناعية بالهيئة العامة
بمركز تنمية الصادرات المصرية

رسالة ماجستير مقدمة من

الباحث : شحاتة سيد صميحة

بعنوان : سياسات التسويق الدولى فى مصر فى مواجهة المتغيرات البيئية

" دراسة ميدانية على الصناعات النسيجية المصرية "

لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجيستير فى العلوم البيئية قسم الاقتصاد والقانون والتنمية
الإدارية

لجنة الإشراف

- ١-الأستاذ الدكتور/ حسن عبد المنعم الحيوان
أستاذ إدارة الأعمال المساعد بتجارة عين شمس (المشرف الرئيسى)
- ٢-الأستاذ الدكتور/ سامى محمد أبو الفضل
(وكيل معهد بحوث القطن بالمركز القومى للبحوث الزراعية
وعضو اللجنة الدائمة لصندوق دعم الغزل والمنسوجات)
- ٣-الأستاذ الدكتور/ توفيق محمد عبد المحسن
(أستاذ إدارة الأعمال المساعد بمعهد الكفاية الإنتاجية بجامعة

(الزقازيق)

تاريخ مناقشة البحث : / /

أحيزت الرسالة بتاريخ / /

موافقة مجلس الجامعة

/ /

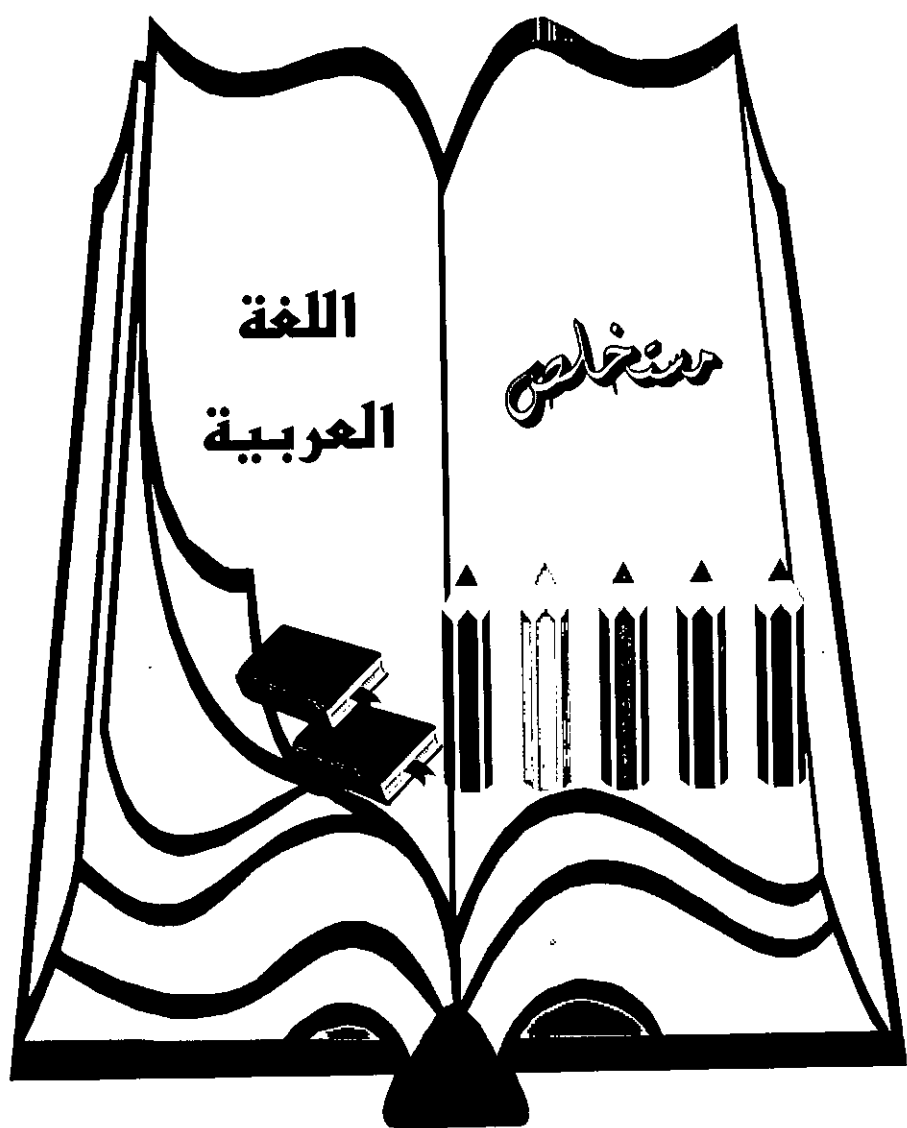
أ.م.ع.م.

١٥ / ١٢ / ٩٩

موافقة مجلس الكلية

١٢ / ١٢ / ١٩٩٩





مستخلص الدراسة

مستخلص لرسالة ماجستير بعنوان :- سياسات التسويق الدولي في مصر في مواجهة المتغيرات البيئية
" دراسة ميدانية على الصناعات النسيجية المصرية "

مقدمة من الباحث :- شحاتة سيد صميذة يمانى

لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم البيئية - قسم الاقتصاد والقانون والتنمية الإدارية

نظرا لما تلاحظ للباحث من انخفاض الصادرات النسيجية المصرية بصفة عامة خلال الفترة الماضية فقد كان هدف الدراسة هو التعرف على الأداء الحالى لسياسات التسويق التى تطبقها المنشآت النسيجية المصدرة في تسويق منتجاتها في الأسواق الدولية من خلال تحليل الدراسات السابقة في هذا المجال و إعداد قائمة استقصاء تم توزيعها على جميع المصدرين الصناعيين في مجالات الغزل والنسيج والتريكو والملابس الجاهزة وستائر المنتجات النسيجية في جميع أنحاء الجمهورية ، والتعرف على المشكلات التى تواجه استخدام سياسات تسويق فعالة تتفق مع متطلبات البيئة كأداة لتحقيق موقف تنافسى متميز للشركات موضع الدراسة في الأسواق الدولية .

وقد توصلت الدراسة إلى بعض النتائج أهمها:-

انخفاض الصادرات الوطنية عموما وعدم مساهمتها للنمو في الواردات فضلا عن انخفاض صادرات المنتجات النسيجية خلال عام ١٩٩٨ وتطور الفكر التسويقي وتأثره بالمفاهيم المتعاقبة وانتهى إلى ظهور التوجه البيئى للتسويق باعتباره الإدارة الشاملة المستولة عن دراسة تحديد وتوقعات متطلبات العملاء وإشباع هذه الرغبات في ضوء مبدأ الاستدامة الشاملة تسمع بعلاقة طردية بين التنمية والبيئة ،تحايل الدول المتقدمة على الهدف المنشود من اتفاقية منظمة التجارة العالمية ووضع عراقيل أمام دخول الدول النامية للأسواق الدولية ،ويتوقع الباحث ان يلعب القطن الطبيعي والقطن الملون دورا هاما في مستقبل تسويق الصناعات النسيجية .
وفي الدراسة الميدانية التى قام بها الباحث فقد لاحظ قصور الفكر التسويقي لدى القائمين على الإدارة وعدم متابعة التطورات في الأسواق العالمية فضلا عن عدم الاهتمام بالبحوث والتطوير وضعف الهياكل الإدارية والكوادر الفنية ونقص المخصصات المالية للدراسات التسويقية وسوف تلعب المنتجات النسيجية كمنتجات جديدة دورا هاما يؤثر على الطلب الدولى وتفتح مجالا جديدا للاستثمار في هذا القطاع ومن ثم زيادة فرص التسويق الدولى كما تشكل عملية مزج الألياف والخيوط الطبيعية بمثلثها مرحلة من مراحل تطوير المنتجات النسيجية ، كما أن المستهلك البيئى يمثل طلبا جديدا في مجالات الصناعات النسيجية وسوف يلعب الحاسب الآلى دورا مؤثرا في التسويق الدولى وفضلا عن الفوائد والمميزات من استخدام النظم الحديثة إلا أن المصدرين المصريين لم يضعوا في الاعتبار الأنظمة الحديثة في التعبئة والتغليف وضعف الإحاطة بالمواد الواجب استخدامها في هذا الشأن فضلا عن عدم مراعاة التكلفة البيئية عند التسعير .

ورغم الاهتمامات الدولية بمسألة زيادة الجودة والحصول على شهادة المطابقة للمواصفات الدولية فما زال الاهتمام بها في المنشآت النسيجية محدود كما تعاني منشآت الصناعات النسيجية من القصور في الهياكل التسويقية المدربة والمؤهلة مما يجعلها غير قادرة على التعامل مع التغيرات العالمية و يعاني المنتج المحلي من تعدد الضرائب والأعباء الملقة على عاتقه

وقد صدر عن الدراسة مجموعة من التوصيات أهمها :-

ضرورة وضع خطة استراتيجية صحيحة للتسويق الدولي والعمل على تخفيض سعر القطن الخام ليتناسب مع الأسعار العالمية وتخفيف الأعباء والرسوم الملقة على عاتق الصناعات النسيجية ومحاربة التهريب وتنويع المنتجين بمجالات المنتجات الجديدة لزيادة القروض التسويقية وضرورة تطوير نظم التعبئة والتغليف لتتماشى مع متطلبات السوق العالمية وضرورة الاتجاه نحو تعميق تصنيع المنتجات النسيجية والعمل على تدريب وتأهيل جيل جديد من رجال التسويق وضرورة انتهاز الأساليب الحديثة في التسويق الدولي والاهتمام بالأسواق الواعدة والمجاورة وإيجاد آلية مناسبة لتعويض المنتجين عما تكبدوه من نفقات للقيام بالبحوث الميدانية و تصميم علامة دولية للمنتجات من القطن المصرى .