

Strategic marketing planning for product mix for export application on porcelain industry in Egypt

Enayat Ibrahim Ashour Ibrahim

تشهد الساحة العالمية الأن تحديات دولية أوجدتها التكتلات الاقتصادية واتفاقية التجارة الدولية المعروفة باسم الجات والانطلاق نحو العالمية والالتزام بحرية التجارة والتشدد على مطابقة المنتجات للمواصفات القياسية الدولية للأسواق العالمية وقد اثر هذا على العالم اجمع حيث اصبح النظام العالمي مميز بحركة السريعة التي تتبع فيها التغيرات بمعدلات فائقة السرعة وتحتاج من الحكومات والمنظمات اتخاذ الترتيبات اللازمة لمواجهة هذه التحديات ومن ثم تدعيم قدراتها التنافسية حدود الدراسة:1. تركز الدراسة على دور التخطيط التسويقى الاستراتيجى لمزيج المنتجات لاغراض التصدير ولن يتم التركيز على الدراسة للأسواق المحلية حيث ان ذلك يحتاج الى دراسة اخرى.2. التركيز على دراسة وتحليل المعلومات والبيانات الخاصة باختيار استراتيجية المنتجات الملائمة للسوق الخارجية المستهدفة.3. التركيز على بحوث التسويق الخارجى للمساعدة فى ايجاد المعلومات الهامة فى اتخاذ القرارات اللازمة باختيار الاسواق المستهدفة فقط دون غيرها من القرارات المستقلة بالوظائف الادارية الاخرى.4. الكشف عن معوقات التصدير المؤثرة على المنتج المصرى في الاسواق الخارجية وكيفية مواجهة ذلك.اهداف الدراسة:1. التعرف على مدى تطبيق مفهوم التخطيط التسويقى الاستراتيجى في منظمات قطاع الدراسة من خلال:- التوصل الى عناصر البيئة الخارجية لمعرفة مدى تأثير تلك العناصر على تنمية صادرات منتجات الخزف والصينى.- التوصل الى اهم عناصر البيئة الخارجية للمنظمات لمعرفة الفرص التسويقية المتاحة التي تواجه تلك المنظمات في الاسواق التصديرية المستهدفة.2. تحديد اهم المعوقات التصديرية التي تواجه صناعة الخزف والصينى المصرى.3. تقديم بعض المقترنات الازمة لعلاج معوقات تنمية صادرات الخزف والصينى الى الاسواق الخارجية.4. توصيف استراتيجية منتجات الخزف والصينى والتى تستخدمنها هذه المنظمات لدخول الاسواق الخارجية.خطة البحث:ويكون البحث من الفصول الآتية : الاطار العام للدراسة ، والفصل الثاني الاطار النظري للدراسة ويشمل مفهوم التخطيط الاستراتيجي ، وتحليل البيئة الخارجية المؤثرة على استراتيجية منتجات الخزف ، والبيئة العامة للمنظمة ، والفصل الثالث : فرص تنمية الصادرات لمنتجات الخزف والصينى ، ويشمل مفهوم طبيعة التسويق الدولي ، اساليب الوصول للأسواق الدولية ، والتصدير ، والمعوقات المؤثرة على علي النشاط التصديرى ، وتقسيم السوق ، بعض النماذج لفرص الدولية المتاحة لرفع القدرة التنافسية لاختراق الاسواق العالمية ، والفصل الرابع : استراتيجيات مزيج منتجات الخزف والصينى لأغراض التصدير ، والفصل الخامس : استراتيجيات عناصر المزيج التسويقى وعلاقتها باستراتيجيات مزيج المنتجات للخزف والصينى لاغراض التصدير.، والفصل السادس : النتا