

---

# Marketing policies for cosmetics in the Arab Republic of Egypt

**Mohamed Ramdan Ibrahim Youssif**

يعد النشاط التسويقي من الأنشطة الهامة التي تستدعي اهتمام الإدارة وأصبحت مشاكله الانتاج ويحتاج الى الاسلوب العلمى فى معالجة مشكلة وخاصة فى ظل الظروف الراهنة التي تتسم بالتوسع فى شتى المجالات تهدف البحث:يهدف هذا البحث الى الدراسة التحليلية للسياسات التسويقية القائمة فى شركات انتاج مستحضرات التجميل فى جمهورية مصر العربية وتقييمها وذلك فى ضوء المفهوم الحديث للتسويق والوقوف على مدى تطبيق ذلك المفهوم فى هذه الشركات وما هى حدود تطبيقه او عدم تطبيقه والتعرف على المشكلات التسويقية الرئيسية والعمل على اقتراح الحلول المناسبة لها.اهمية البحث:تم اختيار صناعة مستحضرات التجميل فى جمهورية مصر العربية موضوع الدراسة لآتى:1. تعد هذه الصناعة من الصناعات التي استرعت انتباه العديد من رواد مجال الاستثمار فى مصر فى الوقت الحالى وفى ظل سياسة الانفتاح الاقتصادى مما يكون لذلك اثر فى الاقتصاد القومى للبلاد وزيادة الاستثمارات وعائدها.2. اصبحت مستحضرات التجميل من السلع الهامة للسواد الاعظم من السكان وتحقق اشباعا لهم وانتشر استعمالها لدى المناطق الجغرافية المختلفة وفئات من العمر المبكر وتستحوذ على نسبة من مجالات الانفاق من موازنة الاسر حسب حجم الدخل ومستوى المعيشة.3. ان هذه الصناعة تمثل جانبا من جوانب الانتاج القومى فى مصر حيث بلغت قيمة الانتاج منها فى عام 1974 (10) مليون واتجه الانتاج نحو الزيادة حيث وصل الى 20 مليون جنيه فى عام 1975 ثم ارتفع الى 21 مليون جنيه فى عام 1976.4. تساهم صناعة مستحضرات التجميل بقدر ملموس فى مجال التصدير حيث بلغت قيمة الصادرات من الزيوت العطرية ومستحضرات التجميل فى عام 1975 نحو 21 مليون جنيه مما يساعد ذلك على توفير العملات الاجنبية الى تفيد فى النهوض بمجالات التنمية الاقتصادية بدرجة اساسية.خطة البحث: تشتمل هذه الرسالة على الفصل الاول تقديم للبحث والفصل الثانى تخطيط المنتجات والفصل الثالث التسعير والفصل الرابع الترويج والفصل الخامس التوزيع والفصل السادس بحوث التسويق والفصل السابع تقييم الشركات موضوع البحث من حيث مدى تطبيقها للمفهوم التسويقي ككل من عدمة والفصل الثامن تلخيص وتوصيات.