
Characterization of the marketing policies of public sector companies producing smoke and cigarettes

???? Abou Elsaad Farag

ان التقدم الغنى الذى حدث خلال السنوات الاخيرة ادى الى ظهور سلع عديدة وطرحها فى الاسواق وبالتالي أصبح مجال التسويق ذات أهمية كبرى حيث أصبحت مهمة غير قاصرة على تلبية رغبات المستهلك بتقديم السلع بالكميات والمواصفات والاسعار المناسبة. حدود الدراسة: يمكن دراسة هذا الموضوع دراسة شاملة لعدد كبير من الشركات وعمل مقارنات بينها وان تحتوى على بيانات تاريخية لفترة زمنية كبيرة ولكن نظرا لقصر فترة الدراسة وصعوبة الحصول على البيانات والاحصاءات اللازمة فانه من الافضل ان تقتصر الدراسة على شركتى القطاع العام المنتجة للدخان والسجائر وهما: الشركة الشرقية شركة النصر لصناعة الدخان. كما اقتصرت البيانات والاحصاءات فى هذه الدراسة على الفترة من 1975 الى 1979 وكذلك من الناحية التسويقية اقتصرت الدراسة على تناول بعض السياسات من بينها سياسات المنتجات أهداف الدراسة: وحيث ان هذه الدراسة تقوم على تحليل النظم التسويقية فانه يمكن تحديد اهداف الدراسة فيما يلى: 1. توصيف وتقييم السياسات التسويقية الحالية فى الشركات محل البحث. 2. تحليل المشاكل التسويقية التى تحد من فاعلية الأنشطة التسويقية فى هذه الشركات. 3. اقتراح وتصميم سياسات جديدة تلائم هذه الشركات حتى يمكن عن طريقها رفع مستوى اداء الوظائف التسويقية فى هذه الشركات. محتويات الدراسة: تحتوى الرسالة من الفصل الاول مقدمة والفصل الثانى يناقش سياسات المنتجات اما الفصل الثالث يشمل على سياسات التوزيع ويناقش الفصل الرابع سياسات الترويج والفصل الخامس بحوث التسويق.