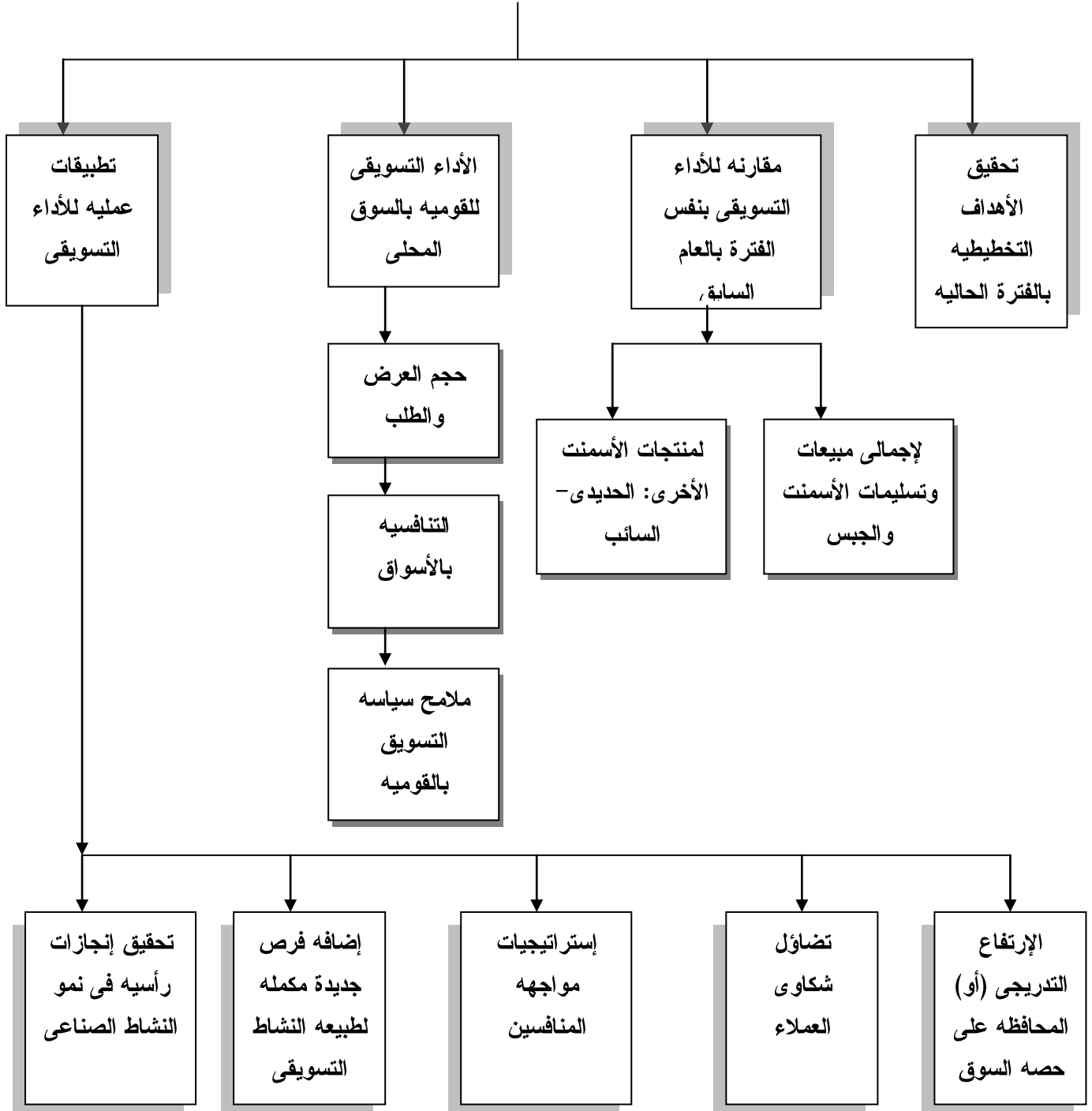
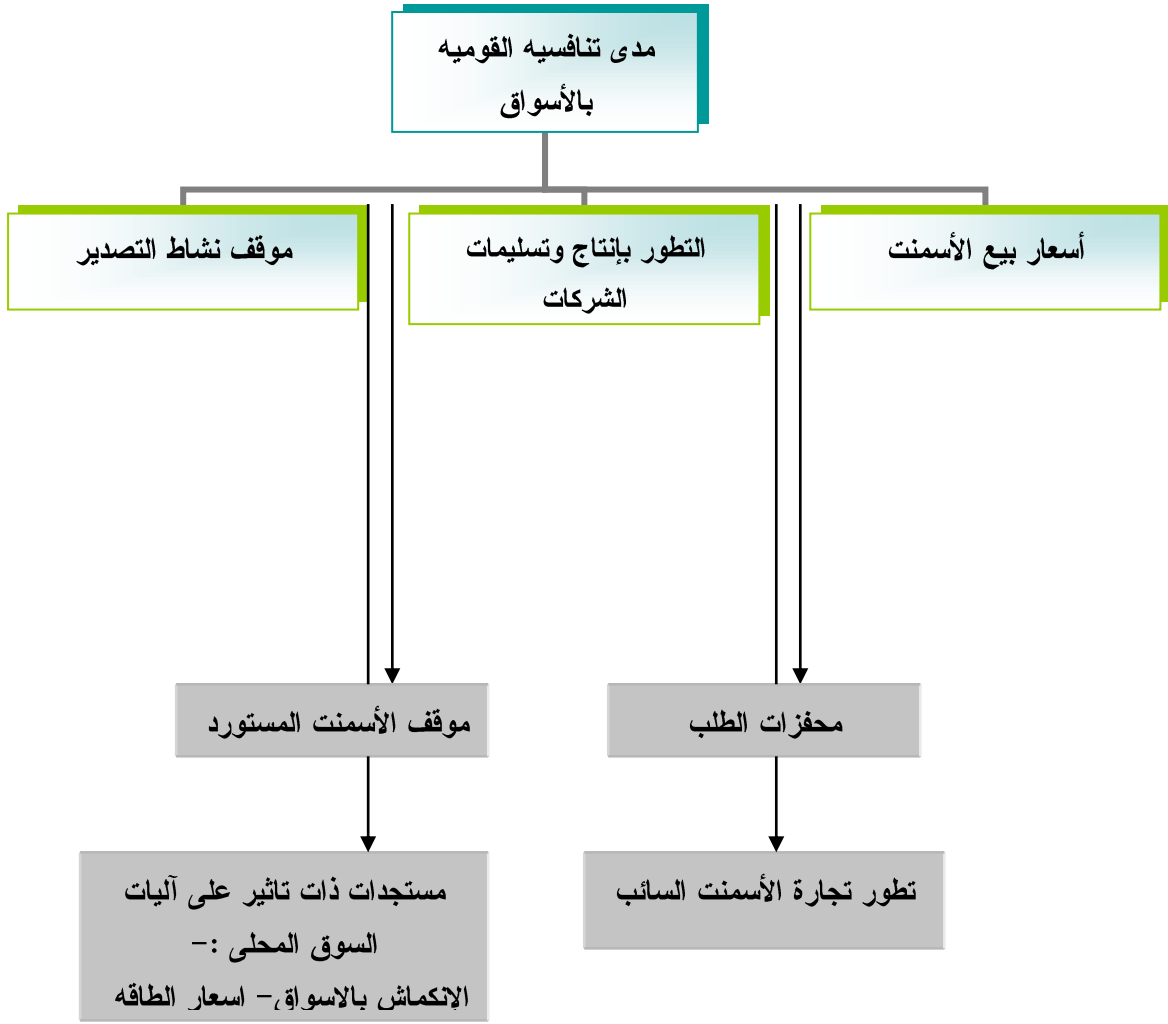


**إستراتيجيات وسياسات التسويق بالشركة القومية للأسمنت**  
**حاليا ومستقبلا**

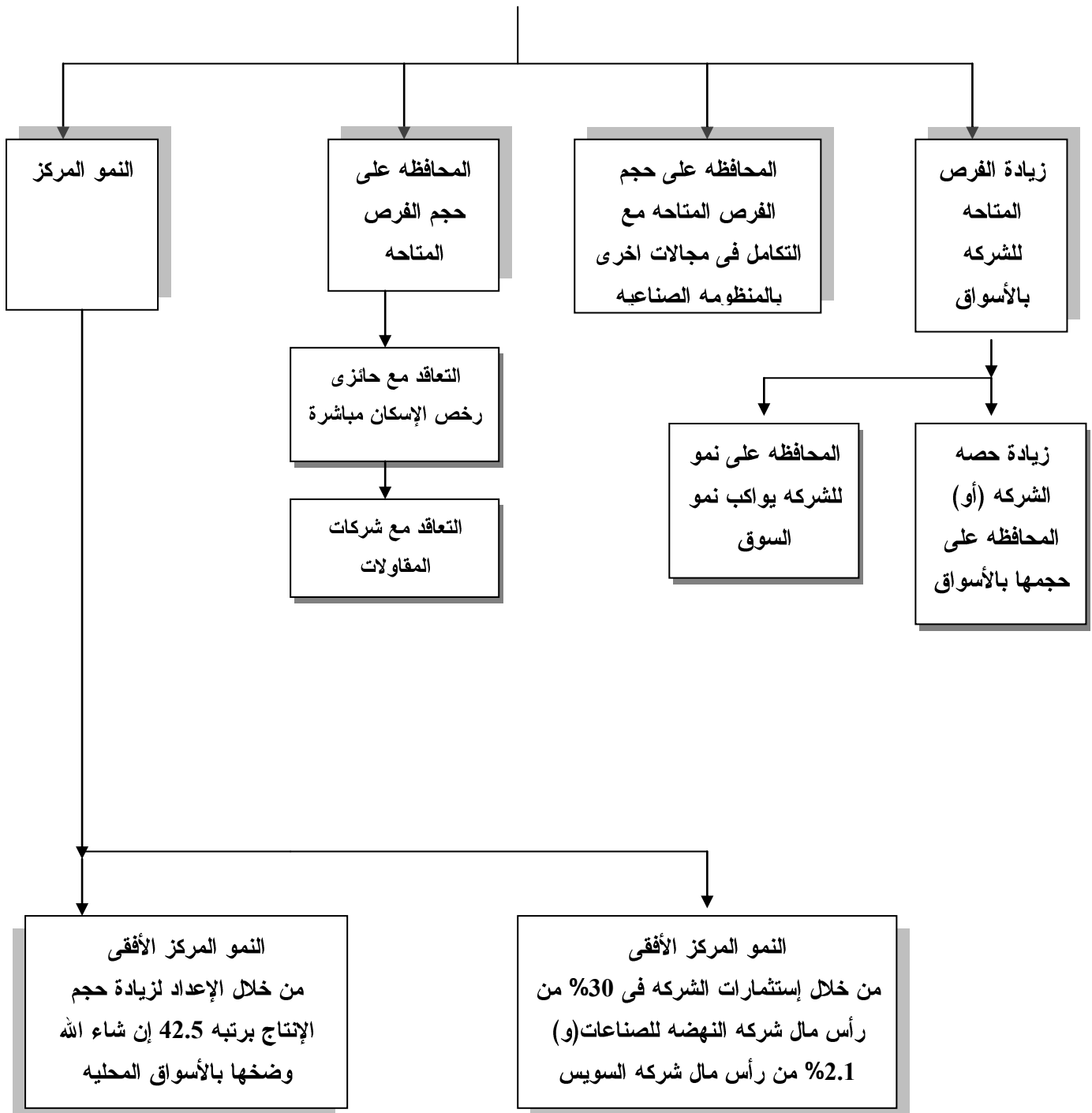
المبادئ العلمية بالأداء التسويقي بالشركة القومية للأسمنت





**\*\* المبادئ العلمية لتقييم الأداء التسويقي للشركة القومية بعاليه هي جزء من القواعد العامه لتقييم السوق ككل ويعنى بالأخيرة تقييم العلاقات الديناميكية المنظمه لآليات السوق مثل:- \* مسؤوليات التسويق بشركات الاسمنت. \* توقعيات السياسات والإستراتيجيات- \* حمايه المركز التنافسي- \* إنتاجيه التسويق- \* معدل دوران البضاعه- \* احتساب تكلفه التسويق وخلافه.**

استراتيجيات النمو التسويقي بالشركة القومية للأسمنت



تحليل المنافسه بين الشركة القومية (و) شركات الأسمنت بمصر  
عن العام المالي 2010/2009 نظير العام السابق 2009/2008

طبقا للمادة العلمية للتنافس التسويقي :- The Boston Consulting Group's (Growth – Share Matrix)

| STARS ★★★ (النجوم)   |         |         |                              | QUESTION MARKS<br>????<br>(علامات الإستفهام)<br>* نمو مرتفع للسوق +10.90%<br>* نمو منخفض للشركة +1.20%<br>بالسوق |
|--|---------|---------|------------------------------|--|
| الكليكر  |         | الأسمنت |                              |  |
| التسليمات المحليه  | الإنتاج | الإنتاج | البحث العلمى                 |  |
| + 11.40%   | + 5.15% | + 9.03% | * نمو مرتفع للسوق            |  |
| نسبه هائله لتسليم<br>104215 طن مقابل<br>صفر بالفترة السابقه  | + 4.05% | + 2.10% | * نمو مرتفع للشركه<br>بالسوق |  |
| ✓ إنتاج الأسمنت (و) إنتاج (و) التسليمات المحليه للكليكر  |         |         |                              | ✓ التسليمات المحليه للأسمنت  |
| ✓ممتاز   | ✓ممتاز  | ✓جيد    | تقييم تنافس القوميه          | ؟؟   |
| CASH COW (الأبقار المدرة للسيوله النقديه)  |         |         |                              | DOGS 🐶🐶🐶<br>(الكلاب)<br>* نمو منخفض للسوق<br>* نمو منخفض للشركه<br>بالسوق  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• نمو منخفض للسوق</li> <li>• نمو مرتفع للشركه بالسوق</li> </ul> |         |         |                              |  |
| ×××  |         |         |                              | ×××  |

← أهميه احتساب معدل نمو الشركه بالمقارنه بمعدل نمو السوق من المنظور التسويقي :-

سوق الأسمنت بمصر يتسع بسرعه كمييه وقيمه بمعنى أن فرص زياده حجم المبيعات تتم بمعدل سريع ويحقق ذلك فائدة للشركه من حيث إمتصاص منتجها لحصه كبيره من السيوله النقديه بالسوق بما يمكنها من تغطيه نفقات التسويق والإعلان وأيه إستثمارات إضافيه اخرى بالتسويق .

✓ معدل نمو الاداء = الفرق بين حجم الأداء بالفترة الحاليه مقارنه بنفس الفترة من العام المالي السابق.

\* حصه السوق = حجم الأداء للشركه بالطن ÷ حجم السوق بالطن.

\* معدل نمو حصه السوق = قياس التطور فى حصه السوق سنويا.

✓✓ معدل التسارع الديناميكي = أن يكون معدل نمو الأداء أو نمو حصه السوق للشركه أسرع من نمو السوق.

الأداء التسويقي للقومية بالعام المالى 2010/2009 نظير العام المالى السابق 2009/2008

| حصه السوق %                                    | الكميات - طن   |
|--|--|
| ↔ إرتفاع طفيف بواقع + 0.08%                    | * إنتاج الكلينكر = زيادة بكميه + 118838 طن             |
| ↔ إرتفاع هائل كنسبه مئوية                      | * التسليمات المحليه للكلينكر = زيادة بكميه + 104215 طن |
| ↔ إنخفاض طفيف بواقع (-) 0.44% بسبب إتساع السوق | * إنتاج الأسمنت = زيادة بكميه + 63453 طن               |
| ↔ إنخفاض طفيف بواقع (-) 0.61% بسبب إتساع السوق | * التسليمات المحليه = زيادة بكميه + 36363 طن           |

البحث التسويقي:-

زيادة حجم الأداء التسويقي للقومية بإنتاج الأسمنت والتسليمات المحليه مقارنة بالفترة السابقه لم يصاحبه زيادة فى حصه القومية المئوية الفعلية بالسوق ويمكن تفسير سبب إنخفاض حصه القومية إلى زيادة إنتاج و تسليمات الشركات المنافسه القائمة بدرجة أكبر من الزيادة فى إنتاج وتسليمات القومية يضاف لذلك إنتاج شركات جديدة بالفترة الحاليه :- العربيه- جنوب الوادى-سيناء الجديد - الشورى - أسمنت أسوان مما أدى إلى إتساع هائل بحجم السوق وبالتالي تعديل فى حصص الشركات .