

ملحق رقم (1)

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات التجارية

التاريخ: 23 / 6 / 2006

السيد / المدير العام لشركة دال للصناعات الغذائية المحترم

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته.

الموضوع الباحثه/ سهير صالح

بالإشارة الى الموضوع اعلاه ، فى البدء يسرنا ان نشكركم على ما ظالتم تقدمونه من خدمات ومساعدة للباحثين وطلاب الدراسات العليا بالجامعات السودانية . وفى اطار التعاون العلمى الاكاديمى القائم بين مؤسستكم الموقرة وجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا .

نود ان نفيدكم بان الباحثة المذكورة تقوم باجراء دراسة بعنوان " أثر المنافسة على منتجات شركة الكوكاكولا " وذلك لنيل درجة الماجستير فى ادارة الاعمال .

نأمل من سيادتكم تقديم كل العون والمساعدة لها .

مع فائق شكرنا وتقديرنا لكم

د. حسن عباس حسن

المشرف على الرسالة

ملحق رقم (2)

تحكيم الاستبانة

الاستاذ / الدكتور المحترم

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته.

الموضوع تحكيم استبانة

تقوم الباحثة باعداد دراسة بعنوان " أثر المنافسة على منتجات الكوكاكولا " وعليه فقد تم تطوير مقياس (استبانة) للحصول على البيانات والمعلومات التى تجيب على اسئلة الدراسة وفروضها ، وطبيعة هذه الدراسة . اضافة باعتبارها جزء مكمل للحصول على درجة الماجستير فى ادارة الاعمال حيث تتوى الباحثة تطبيقها على المستهلكين لمنتجات الشركة ، المقياس يحتوى على (17) فقرة .

من اجل التحقق من هدف هذه الادارة فقد تم اختياركم كاحد المحكمين لهذه الاستبانة آملين من حضرتكم التلطف بقراءة فقرات هذه الاستبانة وبيان الراي حولها .

كما ارجو تقديم اى ملاحظات ترونها مناسبة تساعد على قدرة هذه الاستبانة على قياس أثر المنافسة على منتجات الكوكاكولا .

شاكرين لكم حسن تعاونكم

الباحثة

ملحق رقم (3)

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

اخى الكريم / اختى الكريمة المحترمين

تحية طيبة

الموضوع : استبيان

تقوم الباحثة باجراء دراسة بعنوان :

"أثر المنافسة على منتجات الكوكاكولا " . وذلك لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير فى ادارة الاعمال .

وعليه فاننا نأمل مساهمتك بملء هذا الاستبيان والاجابة على الاسئلة الواردة فيه بصراحة ووضوح تام وذلك للتعرف من خلاله على رأيك لماله من اهمية قد تساهم فى اثراء البحث واخرجه بالصورة السليمة املين ان تعم فائدته جميع الاطراف المهتمة به مؤكدين لكم حرصنا التام على سرية المعلومات واقتصار استخدامها لاغراض البحث العلمى .

لذا امل المساعدة والتعاون لانجاز هذه الدراسة راجيا وضع اشارة (√) امام الاختيار المناسب فى الاستبانة المرفقة .

شاكرين لكم حسن تعاونكم واهتمامكم معنا فى انجاز هذا البحث.

وتقبلوا وافر التحية والتقدير

الباحثة

ملحق رقم (4)

نموذج استبيان المستهلكين لمنتجات الكوكاكولا

أ - البيانات الأولية

1/ النوع : ذكر ☐ أنثى ☐

2/ المهنة :

ب - البيانات الأساسية :

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1.	أفضل مشروبات الكوكاكولا لان سعرها مناسب					
2.	أفضل مشروبات الكوكاكولا العبوة مناسبة					
3.	أفضل مشروبات الكوكاكولا لان مذاقها جيد					
4.	تقدم شركة الكوكاكولا خصماً في السعر في المناسبات الدينية ، الاجتماعية ، الرياضية ، العامة لتشجيع الوسطاء على شراء كميات اكبر من المنتج .					
5.	المنافسة على أساس السعر للمشروبات الغازية تؤدي الى زيادة المبيعات وضمان الاستمرار في الإنتاج والبقاء في السوق .					
6.	تقدم شركة الكوكاكولا سعر سلعتين بسعر سلعة واحدة او شراء سلعتين والحصول على الثالثة مجاناً					
7.	تكثيف الحملات الترويجية تؤدي الى زيادة الطلب على منتجات الكوكاكولا وتنشيط مبيعاتها					
8.	تهدف الحملات الترويجية وتنشيط المبيعات الى دفع المشتري للشراء عن طريق التخفيضات المؤقتة في سعر السلعة .					
9.	تهدف الحملات الترويجية وتنشيط المبيعات الى دفع المشتري للشراء عن طريق الهدايا المجانية مع السلع . .					
10.	تهدف الحملات الترويجية وتنشيط المبيعات الى دفع المشتري للشراء عن طريق المسابقات					
11.	تهدف الحملات الترويجية وتنشيط المبيعات الى دفع المشتري للشراء عن طريق الدعاية والإعلان في الوسائل المختلفة .					
12.	الحملات الترويجية وتنشيط المبيعات توضح درجة التمييز الذي يحظى بها المنتج دون منافسيه مما يؤدي الى زيادة حجم المبيعات .					

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
13.	الحملات الترويجية وتنشيط المبيعات تساعد المستهلك على التعرف على المنتج وأماكن تواجده ، مما يساعده على الحصول عليه بسهولة .					
14.	التوزيع يؤدي الى زيادة وتنويع قنوات التوزيع مما يؤدي الى زيادة الطلب على المنتج و توفير السلعة في المكان المناسب للمستهلك وتسهيل نقل السلع والمنتجات الى المستهلك .					
15.	زيادة قنوات توزيع منتجات الكوكاكولا يؤدي الى زيادة الطلب لمنتجات الشركة .					
16.	تعمل شركة الكوكاكولا على سرعة تلبية احتياجات العملاء .					
17.	تعتبر شركة الكوكاكولا شركة رائدة لانها تتمتع بأكبر حصة سوقية في صناعة المياه الغازية					

ملحق رقم (5)

بسم الله الرحمن الرحيم

نموذج أسئلة المقابلة

قسم الترويج والمبيعات

1/ بما ان منافسة شديدة فى سوق المشروبات الغازية ويظهر ذلك من خلال المشروبات المطروحة فى السوق ، فما تأثير هذه المشروبات على شركة الكوكاكولا لتسويق مبيعاتها ؟

2/ هل تواجه الشركة منافسة من خلال المنتجات المحلية سواء كانت محلية او مجففة او طازجة ؟

3/ هل سياسة زيادة حجم العبوة من 250م الى 350م تعتبر سياسة تسويقية ؟ أو بمعنى آخر يعنى المحافظة على مركز الشركة وموقعها فى السوق فى ظل المنافسة الشديدة .

4/ هل تظراً اى تغييرات فى صناعة المشروبات نفسها اى من ناحية إنتاجها لإكسابها ميزة تنافسية ؟

5/ أسلوب العرض وجذب المستهلكين دعتنا نلاحظ ذلك من خلال العبوات الأخيرة مثل الحجم العائلى وتغيير حجم الزجاج وعبوات الحديد وغيرها من العبوات ، الى اى مدى نجحت الشركة فى ذلك ؟

6/ ما هى استراتيجية الشركة للتغلب على حدة المنافسة فى سوق المشروبات الغازية والمنتجات المحلية ؟

7/ هل تكتفى الشركة بالدعاية والإعلان والعلاقات العامة فقط فى الترويج ام تتبع سياسات أخرى للترويج ؟

8/ كيف تحدد ميزانية الترويج ؟

9/ ما هى أكثر أنواع الترويج استخداماً لديكم وما مدى فاعلية كل نوع ؟

10/ هل تقوم الشركة بإجراء دراسات لمعرفة تأثير الحملات الترويجية ؟

11/ ما هي استراتيجية الشركة التسويقية لبيع اكبر عدد من الوحدات او تنفيذ سياسة الانتشار التي تسعى لها الشركة ؟

12/ ما هي استراتيجيات الشركة لإقصاء منافسيها ؟

13/ هل هناك برامج تأهيليه او دورات تدريبية لرجل البيع ؟

هيئة تحكيم الاستبانة

الرقم	الاسم	الدرجة	الكلية	الجامعة
1-	د. حسن عباس حسن	أستاذ	العلوم الإدارية	امدرمان الإسلامية
2-	د. مصطفى نجم البشارى	أستاذ مساعد	الدراسات التجارية	السودان للعلوم والتكنولوجيا
3-	فتحي محمد سليمان	استاذ مساعد	الاقتصاد والعلوم الإدارية	البحر الأحمر

مستخلص الدراسة

هدف البحث الى دراسة أثر السياسات التسويقية على زيادة الطلب على
المشروبات الغازية فى الشركات الصناعية بالتطبيق على شركة

الكوكاكولا . وتتمثل مشكلة الدراسة فى المنافسة الشديدة بين المشروبات الغازية وغير الغازية والعصائر المحلية . كما هدفت الدراسة الى الاتى :

- 1- توضيح قيمة وأهمية المنافسة على سياسات التسويق لشركة الكوكاكولا من قبل المشروبات الغازية الاخرى والمشروبات غير الغازية والعصائر المحلية فى ظل سياسة التحرير الاقتصادى .
 - 2- دراسة وتحليل السياسات التسويقية التى تتبعها شركات المياه الغازية عامة وشركة دال خاصة لزيادة الطلب على سلعها ومن ثم زيادة مبيعاتها .
 - 3- الوصول الى نتائج وتوصيات يمكن ان تفيد شركة دال فى زيادة كفاءة وفاعلية ادائها التسويقي.
- ولقد قامت الدراسة لاختبار صحة الفرضيات التالية :

1. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين اسعار المشروبات الغازية وزيادة المبيعات .

2. توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين تكثيف الحملات الترويجية وزيادة الطلب على المشروبات الغازية .

3. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين زيادة وتنويع قنوات التوزيع وزيادة الطلب على المشروبات الغازية .

وقد اعتمدت الدراسة على استخدام المنهج الوصفى التحليلي والاحصائي فى جمع وتحليل البيانات من واقع المصادر الاولى والثانوية . وقد اجريت الدراسة على الاطار النظرى والدراسة الميدانية .

وقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية :

- 1- اظهرت الدراسة ان ما د ٤٠%) من المبحوثين يفضلون شراء منتجات الكوكاكولا وذلك لسعرها المناسب .

2- اثبتت نتائج الدراسة بنسبه عاليه بلغت (79%) ان المنافسة على اساس السعر للمشروبات الغازية من شأنها ان تؤدي الى زيادة المبيعات وضمان الاستمرار فى الانتاج والبقاء فى السوق .

واوصت الدراسة بالاتي :

1- الحفاظ على مقومات الجودة والعمل على تطوير المنتج باستمرار ليلائم التطور المستمر فى اذواق ورغبات المستهلكين.

2- تكثيف الترويج عن منتجات الشركة فى الاسواق العالمية والمحلية لما تمتاز به من جودة عاليه ومطابقتها للمواصفات العالمية ولايتأتى ذلك الا عن طريق وسائل الاعلان .

3- ضرورة الاهتمام بدراسة ومتابعة تطور صناعات المنافسين .

الملاحق

قائمة المراجع والمصادر

تحليل بيانات الدراسة