

العنوان:	أثر الاستراتيجيات التسويقية على المبيعات بالتطبيق على المشروعات الغازية بالسودان دراسة حالة مصنع فوز للمياة الغازية في الفترة 2003 - 2010 م
المؤلف الرئيسي:	الشيخ، منتصر السر محمد
مؤلفين آخرين:	موسى، بكري الطيب(مشرف)
التاريخ الميلادي:	2013
موقع:	أم درمان
الصفحات:	1 - 370
رقم MD:	561506
نوع المحتوى:	رسائل جامعية
اللغة:	Arabic
الدرجة العلمية:	رسالة دكتوراه
الجامعة:	جامعة أم درمان الاسلامية
الكلية:	كلية الدراسات العليا
الدولة:	السودان
قواعد المعلومات:	Dissertations
مواضيع:	المبيعات، الاستراتيجية التسويقية ، المشروعات الغازية ، مصنع فوز للمياة الغازية، السودان
رابط:	https://search.mandumah.com/Record/561506

الملاحق

جدول (40/6) قائمة بأسماء وعناوين محكمي أداة الدراسة

م	الاسم	العنوان
١-	أ. د. بكرى الطيب موسى	عميد كلية العلوم الادارية - جامعة التقانة
٢-	د. طارق محمد الرشيد	رئيس قسم الدراسات التجارية - كلية النصر التقنية
٣-	أ. محمد عبد الباقي ناصر	مدير المبيعات - مصنع فوز للمشروبات الغازية
٤-	أ. هاشم سر الختم	مدير التسويق - مصنع فوز للمشروبات الغازية

المصدر: إعداد الباحث من واقع الدراسة الميدانية ٢٠١٢م.

بسم الله الرحمن الرحيم

الاستبيان

السيد/..... ملحق رقم (١)

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

الموضوع/استبيان دراسة الاستراتيجية التسويقية على المبيعات بالتطبيق على

المشروبات الغازية بالسودان

إن الهدف الاساسى من الاستبيان المرفق مع هذا الخطاب هو جمع بيانات لاستخدامها فى الدراسة عن الموضوع اعلاه واكمال هذه الدراسة يتوقف الى حد كبير على اجابتم على هذه الاسئلة.

الرجاء ملء الاستبيان وارجوا ان تأخذ فى الاعتبار الارشادات التالية:

١- كل البيانات اوالمعلومات التى تدلى بها لاستخدام اغراض البحث فقط ، كما ان سيرتها سوف تكون مكفولة وعليه ليس مطلوباً منك ان تسجل اسمك او توقعه.

٢- الرجاء الاجابة على كل الاسئلة الواردة فى الاستبيان.

٣- الرجاء ان تكون الاجابة بصراحة وأمانة وفى منتهى الدقة.

٤- الرجاء وضع العلامة (✓) امام الاجابة التى تراها مناسبة.

نشكركم مقدماً على مشاركتكم وتعاونكم

الباحث /

منتصرالسر محمدالشيخ

دكتورة إدارة الأعمال

جامعة أم درمان الاسلامية

كلية العلوم الادارية

ملحق رقم (٢)

القسم الاول: البيانات الشخصية

				النوع	١
	<input type="checkbox"/>	أثني	<input type="checkbox"/>	ذكر	
				العمر	٢
<input type="checkbox"/>	أقل من ٣٠ سنة	<input type="checkbox"/>	٣٠ وأقل من ٤٠ سنة	<input type="checkbox"/>	٤٠ وأقل من ٥٠ سنة
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	أكثر من ٦٠ سنة	<input type="checkbox"/>	٥٠ وأقل من ٦٠ سنة
				مكان الميلاد	٣
<input type="checkbox"/>	ولاية الخرطوم	<input type="checkbox"/>	ولايات السودان الأخرى	<input type="checkbox"/>	خارج السودان
				الحالة الإجتماعية	٤
<input type="checkbox"/>	متزوج	<input type="checkbox"/>	غير متزوج	<input type="checkbox"/>	عازب
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	أرمل	<input type="checkbox"/>	
				المستوى التعليمي	٥
<input type="checkbox"/>	ثانوي	<input type="checkbox"/>	جامعي	<input type="checkbox"/>	فوق الجامعي
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	أخرى	<input type="checkbox"/>	
				مدة الخدمة	٦
<input type="checkbox"/>	أقل من سنتين	<input type="checkbox"/>	سنتين واطل من خمس سنوات	<input type="checkbox"/>	٥ وأقل من ١٠ سنوات
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	١٥ وأقل من ٢٠ سنة	<input type="checkbox"/>	أكثر من ٢٠ سنة
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	١٠ وأقل من ١٥ سنة	<input type="checkbox"/>	
				الوظيفة	٧
<input type="checkbox"/>	موظف	<input type="checkbox"/>	مهندس	<input type="checkbox"/>	موزع
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	أخرى	<input type="checkbox"/>	

ملحق رقم (٣)

المحور الثالث: إستراتيجية التوزيع المتبعة في المصنع

لا اوافق على الإطلاق	لا اوافق	لا رأى	أوافق	أوافق بشدة	العبارة
					يمكن القول أن المصنع يطبق إستراتيجية التوزيع بالعاصمة
					يمكن القول بأن كميات المشروبات الغازية بالخرطوم تلبى حاجاتك
					يلبي المصنع حاجات المستهلكين من مشروبات الفيتا المختلفة
					يمكن القول أن توزيع المصنع لمشروباته الغازية مرتفعة
					أن المصنع لديه مراكز توزيع متوفرة بالعاصمة
المحور الثاني: إستراتيجية الإنتاج المتبعة في المصنع					
					يمكن القول أن المصنع يطبق إستراتيجية الإنتاج بصورة سليمة
					أشكال وأنواع المشروبات الغازية المنتجة بالأسواق تجذب اهتمامك
					يمكن القول أن إنتاج المشروبات الغازية بالأسواق تجذب اهتمامك
					تضع الدولة سياسات تخطيط لإنتاج المشروبات الغازية بالسودان
					يمكن القول أن إنتاج المشروبات الغازية مطابق للمواصفات والمقاييس السودانية

لا اوافق على الإطلاق	لا اوافق	لا رأى	أوافق	أوافق بشدة	العبارة
					يمكن القول أن المصنع يطبق إستراتيجية الترويج بصورة سليمة
					الإعلانات التلفزيونية تجذب إهتمامك
					يمكن القول أن اعلانات الملصقات فى الإماكن العامة تجذب اهتمامك
					يمكن القول أن المصنع يطبق أساليب الترويج بصورة سليمة
					يمكن القول أن المصنع لديه إعلانات عبر الإنترنت
المحور الرابع: المبيعات المتبعة في المصنع					
					انخفاض السعر لصنف معين من المشروب يدفعك للشراء
					زيادة أسعار المشروبات الغازية بالاسواق تقلل شرائك
					يمكن القول أن مبيعات المصنع مرتفعة
					يمكن القول أن الحصة السوقية من مبيعات مشروب روتردام ضعيفة
					يمكن القول أن حصة المبيعات السنوية من المشروبات الغازية مرتفعة