
The role of marketing information in supporting the egyptian exports competition capabilities

Eman Mahmoud Shazly Mahmoud

اصبحت الملابس الجاهزة صناعة وتجارة التحدى الحقيقي القائم في ميدان التجارة الدولية للمنتجات النسيجية بصفة عامة وتشهد المنافسة صورا متجددة في سياق التقدم من ناحية ، وتكنولوجيا الآلات المستخدمة وكذلك من ناحية اخري التطور المستمر لأذواق المستهلكين والابتكار واستخدامات الأقمشة ومستلزماتها ووسائل الترويج الى جانب الاستجابة لمتطلبات السوق، وتعتبر الملابس من السلع الهامة والضرورية، لذلك فان جميع الدول المتقدمة تعمل على تواجد قدر مناسب من صناعة الملابس الجاهزة لديها رغم ارتفاع تكلفتها في هذه البلاد ، وتواجه صناعة الملابس الجاهزة في مصر حاليا متاعب تجعلها تحد من قدرتها على المنافسة امام التكتلات العالمية التي يحكمها عدة عوامل في مقدمتها جودة التصميمات الحديثة والمنتجات وتعتمد هذه الصناعة علي التصميمات وموديلات اجنبية واقمشة مستوردة وتوجه غالبية هذه الصناعة لاعادة التصدير ولذلك البعض يعتبر صناعة الملابس صناعة ترانزيت، اما التصميم والجودة فهما يحدان من القدرة التنافسية لصناعة المنسوجات المصرية في الاسواق الدولية، وترجع أهمية الدراسة في انها تعتبر من الموضوعات التي تبرز أهمية نظم المعلومات التسويقية كركيزة اساسية لدعم القدرات التنافسية للصادرات المصرية في ظل المتغيرات العالمية الجديدة وابرار اهميتها للمنظمات لزيادة الحاجة اليها و زيادة الاهتمام بها كركيزة اساسية لامداد المنظمات بالمعلومات اللازمة والضرورية للتطرق للمشاكل التي تحدث في بيئة العمل الداخلية والخارجية والعمل على حلها لتحسين اداء العمل في المنظمات الانتاجية لدفع عملية التصدير وزيادة القدرات التنافسية للمنظمات. ونجد ان البحث يتكون من الفصول الاتية : الفصل الاول : الاطار العام للدراسة ، والفصل الثاني : المعلومات التسويقية والميزه التنافسية ، والفصل الثالث : تكنولوجيا معلومات التسويق الدولي ، والفصل الرابع : الدراسة الميدانية .