

المحاضرة الأولى

المفاهيم المرتبطة

قبل عقود سابقة لم تكن الشركات تهتم كثيرًا بموضوع فهم حاجات ورغبات العملاء والجمهور المستهدف، ويرجع ذلك لقلّة الخيارات المتاحة أمام العملاء أو انعدامها، فقد كان الاستهلاك غالبًا شبه مضمون والمنافسة منحصرة في بضع شركات في السوق.

ولكن مع تعدد الشركات وكثرتها وانتشار النظام الاقتصادي الرأسمالي المفتوح اشتدت المنافسة وأصبح من الضروري للجميع فهم من سيتعاملون معه لإرضائه وتلبية رغباته للفوز به، لتظهر بعدها مصطلحات ومفاهيم جديدة .

1- تعريف السوق :

أ- **من الناحية الاقتصادية :** "هو نقطة البداية الطبيعية لأي نشاط اقتصادي ، وقد يعبر عن المكان أو الوقت الذي يلتقي فيه البائع مع المشتري " ، وتصنف الأسواق حسب المكان والزمان ونوع المنتج او الخدمة وموضوع التبادل.

ب- **من الناحية التسويقية :** يعبر عن مجموعة المشتريين الحاليين والمرقبين الذين تتوفر لديهم الرغبة في المنتج او الخدمة والمقدرة الشرائية وصلاحيّة اتخاذ القرار الشرائي حيث يشمل الأشخاص ذوي الطبيعة المعنوية ويضم السوق وفق هذا المفهوم المجموعات التالية :
-المستهلك النهائي -الوسطاء - المشتري الصناعي - المنظمات والهيئات الحكومية وغير الحكومية

2- **البيئة التسويقية :** تشمل العناصر والمتغيرات السياسية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية والتنافسية بالإضافة الى ظروف وامكانيات العمل داخل المنظمة والتي لها تأثير على مستوى كفاءة العمليات التسويقية بشكل مباشر بمنظمات الاعمال .

3- تحليل السوق :

هو تقييم كلي وشامل للسوق المرتبطة بمجال نشاط الشركة، وهو أحد عناصر دراسة جدوى المشروعات، وقد يكون في بعض الأحيان خطوة سابقة له، أو خطوة لاحقة من أجل اقتحام أسواق جديدة أو تطوير منتجات معينة. ويشمل هذا التقييم عدة جوانب أهمها (حجم السوق المستهدف، شرائح العملاء المحتملين، دراسة المنافسين)

4- دراسة السوق :

- دراسة السوق تهتم بتجميع وتسجيل البيانات الخاصة بالمشتريين الحاليين والمرتقبين للسلعة أو الخدمة التي تنتهجها المؤسسة وتشمل تحديد السوق الخاصة بالمنظمة ودراسة أنماط الشراء والاتجاهات والدوافع وكذا تحديد حجم الطلب والمواصفات المطلوبة
- كما يمكن تعريف دراسة السوق على انه تحليل كمي ونوعي للسوق معناه تحليل العرض والطلب الحقيقي والافتراضي لسلعة أو خدمة معينة لكي نستطيع تحديد واتخاذ القرارات التجارية.

* **تحليل السوق** هو استكشاف صناعة أو قطاع أو سوق متخصص، يركز على هيكلية السوق وتركيبه السوق، ويرتبط أكثر باستراتيجيات العمل. **دراسة السوق** هي استكشاف الأسواق والعملاء المستهدفين، يركز على تفاصيل سوق المنافسة، وترتبط أكثر باستراتيجيات التسويق.

5- بحوث التسويق :

هي الوظيفة التي تقوم بربط المستهلك بالمسوقين من خلال المعلومات التي يتم استخدامها لتحديد وتعريف الفرص والمشاكل التسويقية وتوليد وتنقيح وتقييم الاعمال التسويقية.

6- نظم المعلومات التسويقية :

هي مجموعة من الافراد والأجهزة والإجراءات اللازمة لتجميع وتصنيف وتحليل وتقييم وتوزيع المعلومات الدقيقة والمتزامنة والتي يحتاجها صانعو القرارات التسويقية.