



# الشريف



مبادئ النسويّف ( التزم الأول )

للصف الأول التجاري

01005266156



أ / محسن الشريف

# مبادئ التسويق ( الترم الأول )

## تعريفات ومفاهيم أساسية

### تعريف السوق :-

هو المكان الذي يمكن فيه للأفراد أو المنظمات عرض السلع والخدمات أو الأفكار علي جميع المستهدفين فإذا تلاقت الميول والرغبات تتم مبادلة السلع والخدمات والأموال بين طرفي المبادلة .

### كيف يمكن النظر إلي السوق ؟

١- السوق مكان :- يلتقي فيه البائعون والمشتريين بهدف تحقيق علاقة تبادلية .

٢- السوق أفراد :- هو مجموعة أفراد لديهم القدرة علي اتمام عمليات الشراء والبيع .

٣- السوق توازن قوي :-

يتحدد السعر في الأسواق نتيجة توازن قوي العرض والطلب وينتج عن هذا (سوق بائعين - سوق مشتريين)

٤- السوق مرحلة إنتاجية أو تسويقية :- مثل ( سوق القطن والبتترول الخام - سوق الجملة والتجزئة)

### أنواع الأسواق

١- سوق المستهلك النهائي - ١- المبادلات فيه سهلة وسريعة ٢- هامش الربح بسيط

٣- متسع جغرافيا ليصل لكل المستهلكين ٤- حجم الصفقة صغير ومتكرر

٢- سوق الوسطاء : ١- تكون حجم التعاملات كبيرة ٢- هامش الربح خاضع للاتفاقيات والمفاوضات.

٣- سوق القطاع الحكومي :- ١- المشتري فيها يكون القطاع الحكومي ٢- يخضع لإجراءات محددة ورسمية .

٤- سوق المشتري الصناعي :- ١- فهم خصائص المنتج بشكل فني ٢- غالبا يكون الشراء بمفاوضات

### مزايا الأسواق الجيدة :-

١- اشباع حاجات الافراد ٢- يمكن المنشآت الصناعية من الحصول علي كل احتياجاتها

٣- تعتبر السوق بمثابة مختبر لمنظمات الاعمال للتعرف علي سلامة سياستها ومقدار الاشباع الذي تحققه

### الأسواق الإلكترونية

هو ذلك المكان التخيلي الغير ملموس مثل الموقع الإلكتروني والذي يمكن من خلاله للأفراد أو المنظمات عرض ما

يملكونه من سلع وخدمات وأفكار علي المستهدفين مقابل الاموال . ( الالتقاء بينهم يكون غير مباشر )

### خطوات إنشاء الأسواق الإلكترونية :-

١- تحديد الأهداف المطلوبة من السوق ٢- تحديد طرق التوصيل والشحن

٣- تحديد ما إذا كان التسويق سيقترص علي المحلي أم سيتوسع لأكثر من ذلك

٤- تحديد سقف لعدد العملاء المتوقعين ٥- وضع أكثر من لغة علي الموقع

٦- التحري عن التفاصيل الضريبية والجمركية ٧- العناية بالموقع وتطويره

٨- وضع قائمة اختيارات للموقع ٩- اختيار اسم مختصر للموقع ١٠- تسويق الموقع وضمان تطويره

١١- التأكد من فاعلية وصلات البريد الإلكتروني ١٢- توفير خدمة مجانية للعملاء

### فوائد الأسواق الإلكترونية :-

٢- تعطي المستهلك حرية واختيارات أكثر ٣- سهولة الحصول علي المعلومات بسرعة

٤- رخص ثمن السلع ٥- تمكن المشتري من الاشتراك في المزادات الافتراضية

٦- تسمح بتبادل الآراء والخبرات ٧- رفع مستوى معيشة المجتمع ككل

٨- توسع نطاق السوق إلي نطاق دولي بتكاليف أقل ٩- تنشئ ما يسمى بالتصنيع الدقيق

التحديات التي تواجه إنشاء سوق إلكترونية في المنطقة العربية :-

- ١- ارتفاع تكلفة تطوير هذه الأسواق .
- ٢- انعدام لمس المنتجات .
- ٣- إجماع الكثير عن الشراء خوفاً من كشف خصوصياتهم أو السرقة .
- ٤- انعدام الثقة في الباعة أو المعاملات غير النقدية .

أهم خصائص السوق الإلكتروني :-

**(أ) خصائص لوحة التحكم الإداري :-**

١- إدارة التصنيفات والأقسام :-

( إضافة أقسام أو صور رمزية - تحديد أولويات عرض الأقسام - تحرير أو حذف أي قسم )

٢- إدارة العملاء :- ( إضافة عميل - تصنيف العملاء - تمرير بيانات العميل )

٣- إدارة السلع والخدمات :-

( إضافة السلع والخدمات - تمييز السلع والخدمات - العرض الثلاثي الأبعاد للسلعة - تحديد سعر

السلع والخدمات - تحديد بيانات أي السلعة )

٤- إدارة الطلبات والفواتير :-

( مشاهدة الفواتير - إمكانية حذف أي طلب - تعين حالة الطلب تأكيد الدفع أو الشحن

٥- نظام الإحصائيات :-

( معرفة مجموع المبيعات بالموقع - عدد الأعضاء المسجلين - تحديد السلعة الأكثر شعبية )

٦- إدارة الدول والمدن ورسوم التحصيل والضرائب :- ( إضافة أي دولة - مشاهدة كافة رسوم التوصيل )

٧- إدارة اللغات والعبارات :- ( إضافة لغة جديدة - ترجمة العبارات )

٨- إدارة الصفحات والمحتوي :- ( إضافة صفحات - تنسيق الصفحات - تحرير أي صفحة )

**(ب) خصائص النظام من جهة المستخدم النهائي :-**

- ١- سهولة التصفح في الموقع
  - ٢- تقسيم القوائم علي شكل مجموعات
  - ٣- القدرة علي تخصيص اللغة
  - ٤- إمكانية مشاهدة الطلبات السابقة
  - ٥- إمكانية إخبار صديق عن السلعة
  - ٦- أظهار معلومات عامة عن الموقع للزائر
- أسباب اختيار السوق الإلكتروني الذكي :-

- ١- اعتماد النظام علي شبكة الويب
- ٢- ديناميكية العرض وسهولة التخصيص
- ٣- قابل للتعديل في أي وقت
- ٤- الاحتفاظ بقاعدة بيانات العملاء
- ٥- نظام مدمج
- ٦- لا حاجة لتعيين موظفين لإدارة النظام

## تقسيم السوق

يمكن تقسيم السوق بناء علي ثلاث طرق :-

١- الأساس الديمغرافي ( السن - النوع - الدخل - التعليم - الوظيفة )

٢- علي أساس الحاجات

٣- علي أساس أسلوب التصرف

تعريف التسويق :- هو النشاط الذي يتضمن انسياب السلع والخدمات من مراكز الانتاج الي مواطن الاستهلاك

مع التعرف علي حاجات ورغبات المستهلكين وترجمة ذلك الي سلع وخدمات .

لا إله إلا أنت سبحانك ... أني كنت من الظالمين

**التسويق الالكتروني :** هو مجموعة من الأنشطة المخططة الهادفة التي يقوم بها الافراد أو المنظمات بغرض إيجاد مساحة مناسبة من الاسواق والمواقع الالكترونية والمحافظة عليها لتصريف منتجاتها أو تقديم خدماتها عبر الوسائل الالكترونية .

**المعطيات التي يقوم عليها التسويق :-**

- ١- العميل هو أصل النشاط
- ٢- جذب العملاء للتعامل مع السلع والخدمات
- ٣- الدراسة المسبقة لحاجات ورغبات العملاء لإشباعها
- ٤- تحقيق الإدارة وعودها للعملاء
- ٥- إنتاج الكميات أو الخدمات بالجودة التي تحقق الاشباع المناسب
- تسويق الخدمات :- الخدمة :- هي أي نشاط أو أداء غير ملموس يمكن لطرف أن يقدمه لطرف آخر بمقابل معين ويهدف إلى إشباع الرغبات والاحتياجات .
- الخصائص المميزة للخدمات :-
- ١- غير ملموسة
- ٢- تقلب الطلب
- ٣- مساهمة العميل في إنتاج الخدمة
- ٤- سرعة الطلب
- ٥- التباين والتماثل
- ٦- اختلاف الوسائل الترويجية المستخدمة
- ٧- اختلاف المعدات الرأسمالية المطلوبة
- أهم مشاكل تسويق الخدمات :-
- ١- صعوبة التوفيق بين متغيري العرض والطلب
- ٢- صعوبة الترويج للخدمات
- ٣- صعوبة تسعير الخدمات
- توزيع الخدمات :- ويقصد به توصيل الخدمة للمستهلك في مكان وجوده وفي الوقت المناسب له
- سياسات التوزيع :-
- ١- سياسة التوزيع المباشر :- وتعني تقديم الخدمة من المنتج مباشرة للمستهلك النهائي أو المشتري الصناعي
- ٢- سياسة التوزيع غير المباشر :- وتعني وجود وسيط بين المنتج ومستهلك الخدمة .

## الطلب السياحي وأهميته في الدراسة التسويقية للمشروع السياحي

- الطلب السياحي :-** هو عبارة عن اتجاهات السائحين لشراء منتج سياحي معين أو زيارة منطقة أو دولة سياحية .
- العوامل المؤثرة في الطلب بصفة عامة :-**
- ١- سعر السلعة أو الخدمة
  - ٢- نوعية السوق
  - ٣- دخل المستهلك ورغباته
  - ٤- أسعار السلع البديلة
  - ٥- الخطة الاستثمارية القومية
  - ٦- الدخل القومي ونمط توزيعه
  - ٧- التدخل الحكومي
  - ٨- عدد السكان ومعدل نموهم
  - ٩- جودة السلعة أو الخدمة .
- أهمية تقدير حجم الطلب السياحي :-**
- ١- إمكانية تقدير حجم النشاط السياحي المتوقع في الدولة .
  - ٢- وضع خطة سليمة وملائمة تستطيع مواجهة الطلب السياحي المتوقع
  - ٣- تنمية المرافق والخدمات السياحية في الدولة
  - ٤- إمكانية تقدير الإيرادات السياحية المتوقعة
- خصائص الطلب السياحي :-**
- ١- الحساسية
  - ٢- المرونة
  - ٣- التوسع
  - ٤- الموسمية
- أهم العوامل التي أدت للتوسع في الطلب السياحي :-**
- ١- التقدم العلمي والتكنولوجي
  - ٢- ارتفاع مستويات المعيشة وزيادة الدخل
  - ٣- اهتمام كثير من الدول بمقوماتها الطبيعية والصناعية
  - ٤- ظهور الرحلات السياحية الشاملة
  - ٥- غير ملموس
  - ٦- لا يمكن فصله أو تخزينه
  - ٧- الاختلاف والتنوع
  - ٨- قصير العمر
  - ٩- تنوع النزلاء أو الضيوف
  - ١٠- توفيق المنتج