

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الفرات الأوسط التقنية

المعهد التقني في الديوانية

قسم إدارة مواد

وسائل الدعاية الحديثة للتسويق

بحث قدمته الطالبات

سارة ثائر ترف

ساره حاكم تايه

سالي مقداد عيدان

سكينه فرمان بدر

ساره لفته

بحث مقدم إلى مجلس قسم إدارة مواد كجزء من متطلبات نيل شهادة

الدبلوم في إدارة المواد

بإشراف

د. علي عبد الحسين

المقدمة

لم تعد الأنشطة التجارية والصناعية وحتى التطوعية كالسابق بل دخلت الكثير من المتغيرات والتعديلات على هذه الأنشطة الإنسانية الاقتصادية مما جعلها أكثر تنظيمها وإنتشاراً بين كافة فئات الناس مما زاد من نسبة الأرباح والعوائد المالية على المستثمرين في هذه القطاعات ، ولعل ابرز العمليات التي تحتاج إليها الأنشطة السابقة هي عملية التسويق .

فالتسويق هي العملية التي تستهدف عملاء المؤسسة التجارية أو الصناعية من أجل معرفة رغباتهم ومحاولة الوصول إليهم وتلبية هذه الرغبات المختلفة والتسويق أهمية كبير جداً في كافة أنواع المؤسسات التي تقوم بتقديم خدمات أو منتجات لزبائنهم وعملائها فهي العملية التي تعتبر حلقة الوصول بين طرفي العملية التجارية وقد زاد الاهتمام بالبحوث الخاصة بعملية التسويق لأهمية بحوث التسويق في :

- ١- تطوير ودعم اتخاذ وصناعة القرارات وذلك بالإضاءة على جميع البدائل المتاحة وذلك للإضاءة على جميع البدائل المتاحة للتسويق وعرض جميع المتغيرات التي تساعد مسؤول التسويق على اختيار البديل الأفضل .
- ٢- تعد بحوث التسويق أساساً في عملية صناعة القرارات الإدارية والتسويقية .
- ٣- وضع توقعات حول النشاطات الخاصة بال شراء والبيع مما يساهم في تقليل تأثير مخاطر السوق إلى أقل مستوى ممكن .
- ٤- تقليل احتمال التعرض للخسائر أو الأعباء المالية بسبب اتخاذ القرارات الغير مدروسة .

الغرض من البحث :

١- لبيان أهمية التسويق في منظمات الاعمال أو المنظمات العامة أو حتى المنظمات الغير هادفة حيث أنه يؤدي إلى تحقيق الربح ، وكونه يعتبر التسويق هو التحدي الحقيقي لنجاح المنظمات أو بقاءها ونحوها وازدهارها وكون أن التسويق يمكن المنظمات من تحقيق التطوير لمنتجاتها بما يتفق مع حاجات ورغبات السوق والترويج لها بطريقة تتلائم مع السوق ولتسليط الضوء على أهمية التسويق بالنسبة للمنظمات في الكشف عن الفرص التسويقية في البيئة المحيطة والعمل على تحليلها ومن ثم استغلالها بالشكل الذي يحقق الأهداف في اشباع حاجات ورغبات واهداف منظمات الاعمال في تحقيق الربح المتميز والريادة السوقية ولبيان أهمية التسويق في التنافس الفعال الذي يدعم مراكز المتنافسين في الأسواق المحلية والدولية .

أن الغرض من اختيار موضوع البحث لبيان أهمية التسويق حيث أنه حيوي وعلى درجة كبيرة من الأهمية .

- أهمية بحوث التسويق :

تفيد بحوث التسويق في دراسة :

- ١- تحديد حجم الطلب وحجم العرض .
- ٢- تحديد فجوة السوق .
- ٣- تحديد السوق المستهدفة .
- ٤- تقدير المبيعات في المناطق الطبيعية المختلفة .
- ٥- تقدير ميزانية الترويج .

وتبرز الأهمية بأنه لا يمكن لأي منطقة أن تخطط وتنفذ خططها وتوجه وتراقب أنشطتها التسويقية من غير القيام ببحوث التسويق مسبقاً لذا يمكن بيان فوائد قيام المنظمة ببحوث التسويق .

أ- مرحلة ما قبل التسويق .

ب- مرحلة تدفق المنتجات من المنتج إلى المستهلك إذ تفيد بحوث التسويق في دراسة الآتي :

- ١- إضافة منتجات وخطوط انتاج جديدة .
- ٢- حذف منتجات أو خطوط انتاج قائمة .
- ٣- التعامل مع منافذ توزيعية جديدة .
- ٤- عدم التعامل مع بعض منافذ التوزيع القائمة .
- ٥- تحديد هوامش الربح للموزعين .
- ٦- استخدام سياسة تسعيرية في زيادة المبيعات ومواجهة المنافسين .

ج- مرحلة انتقال الملكية (ما بعد الإنتاج تفيد بحوث التسويق في دراسة الآتي) :

- ١- دراسة سلبيات المنتجات وحل المشاكل التي تظهر فيها .
- ٢- دراسة أثر الترويج (الإعلان) .
- ٣- دراسة وتحليل المبيعات .
- ٤- دراسة وتحليل تكاليف السوق .

تطور عملية التسويق :

يعتبر التسويق من الأفكار والمفاهيم الموجودة منذ زمن طويل إذ كان الناس يجتمعون في الأسواق من أجل تبادل المنتجات المتنوعة ومع ظهور المال والنقود أصبح مفهوم التسويق يعتمد على عمليات البيع والشراء ، حيث لم يكن النشاط التسويقي موجود بشكل فعلي وتطور مع ظهور التجارة الخارجية بين الدول واعتمد على وجود الأسواق التجارية التي تحتوي على مجموع من المنتجات المختلفة ولكن لم تظهر العديد من القضايا التسويقية في تلك الفترة ومع ظهور الثورة الصناعية أدى إلى زيادة الإنتاج مما ساهم في ظهور المنافسة بين المنتجين والبائعين فتحوّلت الأسواق إلى أسواق استهلاكية وتم عرض المزيد من المنتجات مع وجود البدائل لها ، وأدى إلى تفصيل دور التسويق بصفته الوسيلة المناسبة للحصول على الأرباح في الأسواق ، وساعد على ظهور الدراسات المتابعة لسلوك المستهلكين .