

إدارة التسويق

الفصل الخامس

((البيئة التسويقية))

إعداد

ا.د. مجبل رفيق مرجان م.م كرار حسن دينار

مقدمة الى طلبة المرحلة الثانية / قسم إدارة الأعمال / صباحي
ومسائي

مفهوم البيئة التسويقية

- ▶ ان نجاح الشركات في اقتناص الفرص التسويقية قياساً بغيرها من المنافسين يكمن أساساً في قدراتها على مراقبة وتحليل البيئة المحيطة بها، مما يستوجب أن تكون أكثر قدرة في مراقبة البيئة.
- ▶ المسح البيئي Environmental Scanning : تعني جمع المعلومات عن البيئة الخارجية المحيطة بالمنظمة ، وتحليلها ، والتوقع لما يمكن أن يحصل من تأثير مستقبلي عليها سواءً كانت ايجاباً أو سلباً.
- ▶ وتتضمن البيئة التسويقية نوعين هما:
- ▶ **البيئة الجزئية (الخاصة) Micro** : التي تتضمن جميع العوامل ذات العلاقة المغلقة مع الشركة والتي تؤثر على قدرتها في الاندماج وخدمة الزبائن.
- ▶ **البيئة الكلية (العامة) Macro** : التي تتمثل بجميع قوى المجتمع الخارجية والتي تؤثر على البيئة الجزئية

مفهوم البيئة التسويقية

► يمكن تعريف البيئة التسويقية بأنها : مجموعة العوامل والقوى خارج النشاط التسويقي والتي من شأنها أن تؤثر على إدارة التسويق في قدرتها على تحقيق النجاح للبقاء والمحافظة على علاقتها مع زبائنها المستهدفين.



مبررات دراسة البيئة التسويقية

- ▶ 1- إن الدراسة والتخطيط لأي نظام فرعي يتوجب دراسة ما يحيط به من أنظمة متشاركة معه وما يرتبط به أساساً من نظام اشمل (نظرية النظم).
- ▶ 2- دراسة البيئة التسويقية يعني في حقيقته خلق حالة من التوافق بين ما تمتلكه المنظمة من قدرات وموارد (قوة وضعف) وما تواجهه من متغيرات خارجية (فرص وتهديدات)
- ▶ 3- كثير من الأعمال التي تقوم بها المنظمة معرضة للفشل أو أنها تفشل بسبب محدودية المعلومات المتاحة لها عن طبيعة وخصوصية تلك الأعمال.
- ▶ 4- دراسة البيئة واستكشاف متغيراتها يجعل المنظمة أكثر قدرة على اتخاذ القرارات الاستراتيجية الصائبة.

البيئة الكلية (العامة) Macro environment

6- البيئة الاجتماعية والثقافية : تتمثل البيئة الاجتماعية بكونها مجموعة من القيم والتقاليد والطباع والتي يتفاعل من خلالها الأفراد فيما بينهم في ظل العلاقات التي تجمعهم. لذا تهتم ادارة الشركات بالتغيرات الحاصلة في البيئة الاجتماعية.

وتتمثل العوامل الثقافية بالقيم والمعتقدات والنمط الثقافي السائد في المجتمع والتي تكون بمجملها صيغ العلاقات القائمة ما بين افراد المجتمع، وهذا المتغير البيئي ينعكس على الأداء التسويقي للمنظمات بشكل كبير وذلك من خلال تحديد صيغ واسلوب التعامل مع المستهلكين.

شكراً لكم

