

## البيئة التسويقية – مواضيع الوحدة

- تعريف البيئة التسويقية
- متغيرات/ عوامل البيئة التسويقية

## البيئة التسويقية

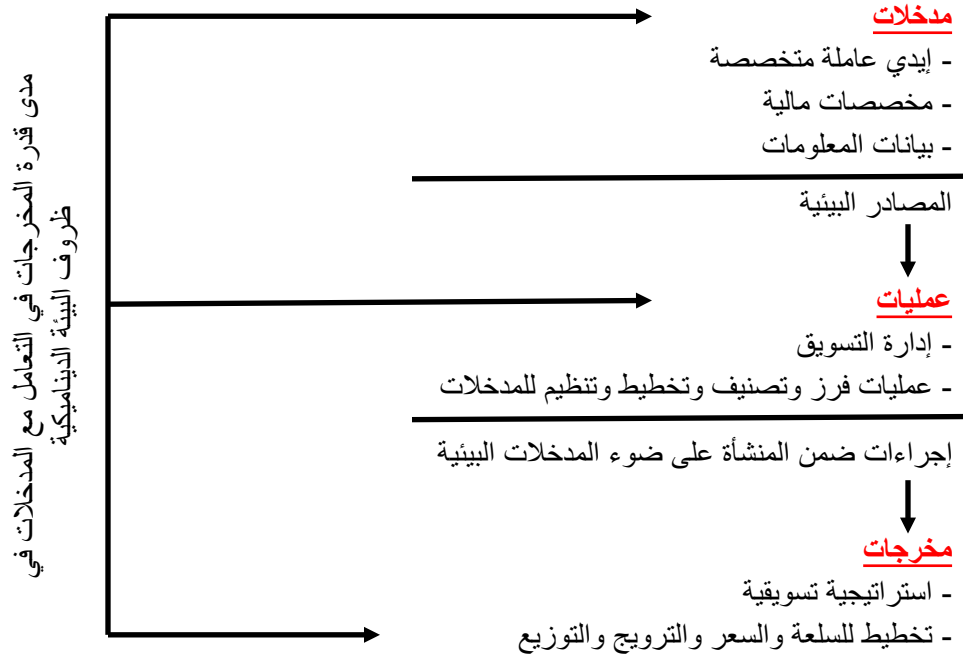
### • تعريف البيئة التسويقية 1-2

- البيئة التسويقية هي «عبارة عن جميع العوامل والمتغيرات والقوى والعناصر المؤثرة في نشاط منشأة الاعمال وفاعلياتها خلال فترة زمنية معينة، سواء كان ذلك بشكل مباشر او غير مباشر»
- البيئة التسويقية هي «العوامل التي تؤثر بطريقة مباشرة مدى قدرة المنشأة في الحصول على المدخلات ومدى قدرتها على توليد المخرجات»
- الشركة هي نظام مفتوح على البيئة الخارجية، تأخذ منها الاحتياجات (المدخلات) وتقدم له ما تنتجه (المخرجات)
- أهم خصائص البيئة التسويقية انها متغيرة وغير مستقرة، وينتج عنها:
  1. جميع الشركات تعمل في ظل مجموعة من المتغيرات البيئية، مما يؤدي إلى إتاحة الفرصة لدى البعض في استغلالها وحرمان البعض الآخر منها
  2. يختلف تأثير البيئة التسويقية من شركة إلى أخرى
  3. تختلف قدرة السيطرة على البيئة التسويقية من شركة إلى أخرى
  4. جميع الشركات تتأثر بدرجة متفاوتة من المتغيرات البيئية المحلية والدولية
  5. التخطيط التسويقي يعتمد على تحليل الفرص التسويقية الحالية والمرتبقة في البيئة التي تعمل بها الشركة

## البيئة التسويقية

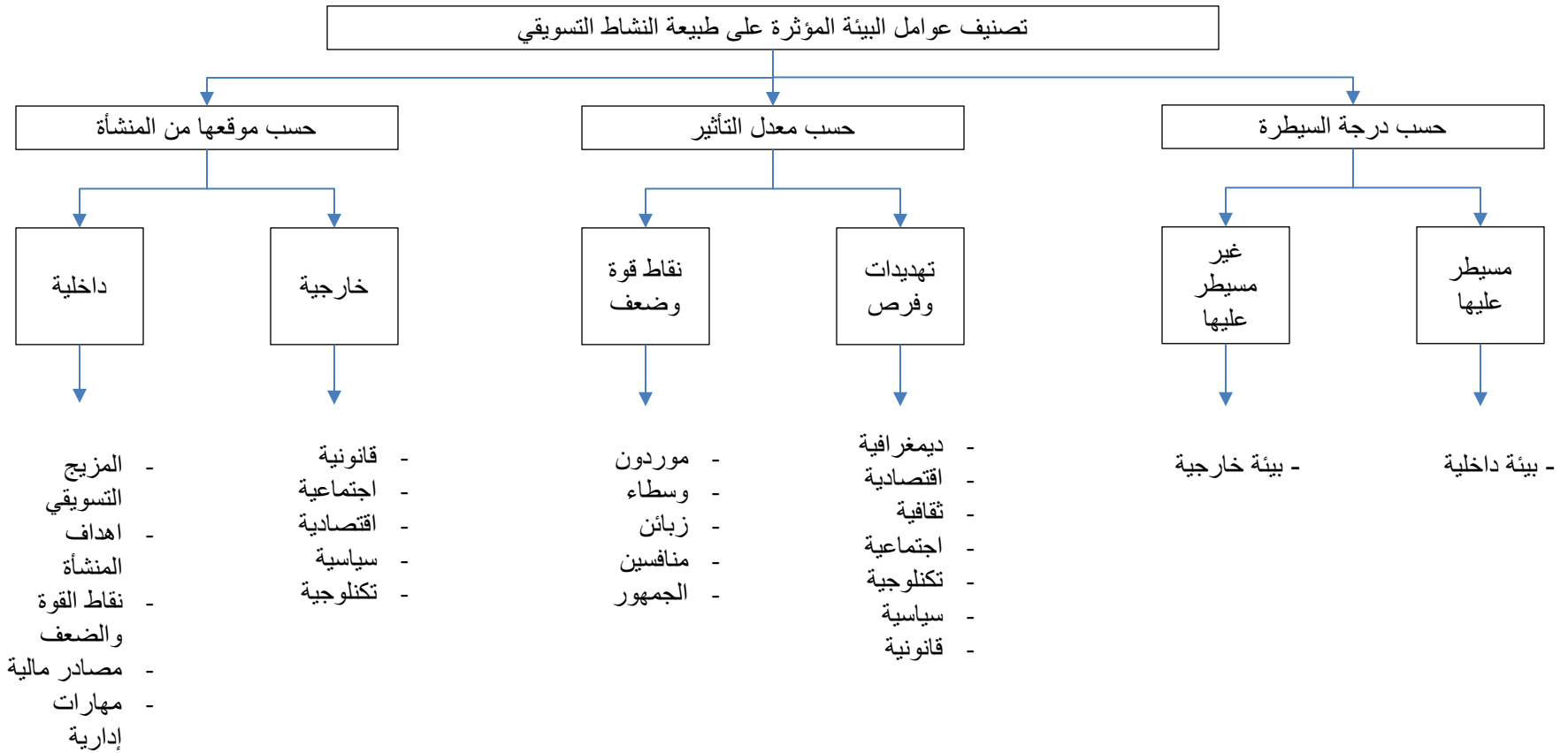
### • تعريف البيئة التسويقية 2-2

- الهدف الجوهرى من تحليل البيئة التسويقية هو:
  - تحديد الفرص
  - تحديد التحديات
  - تقديم استجابات



# البيئة التسويقية

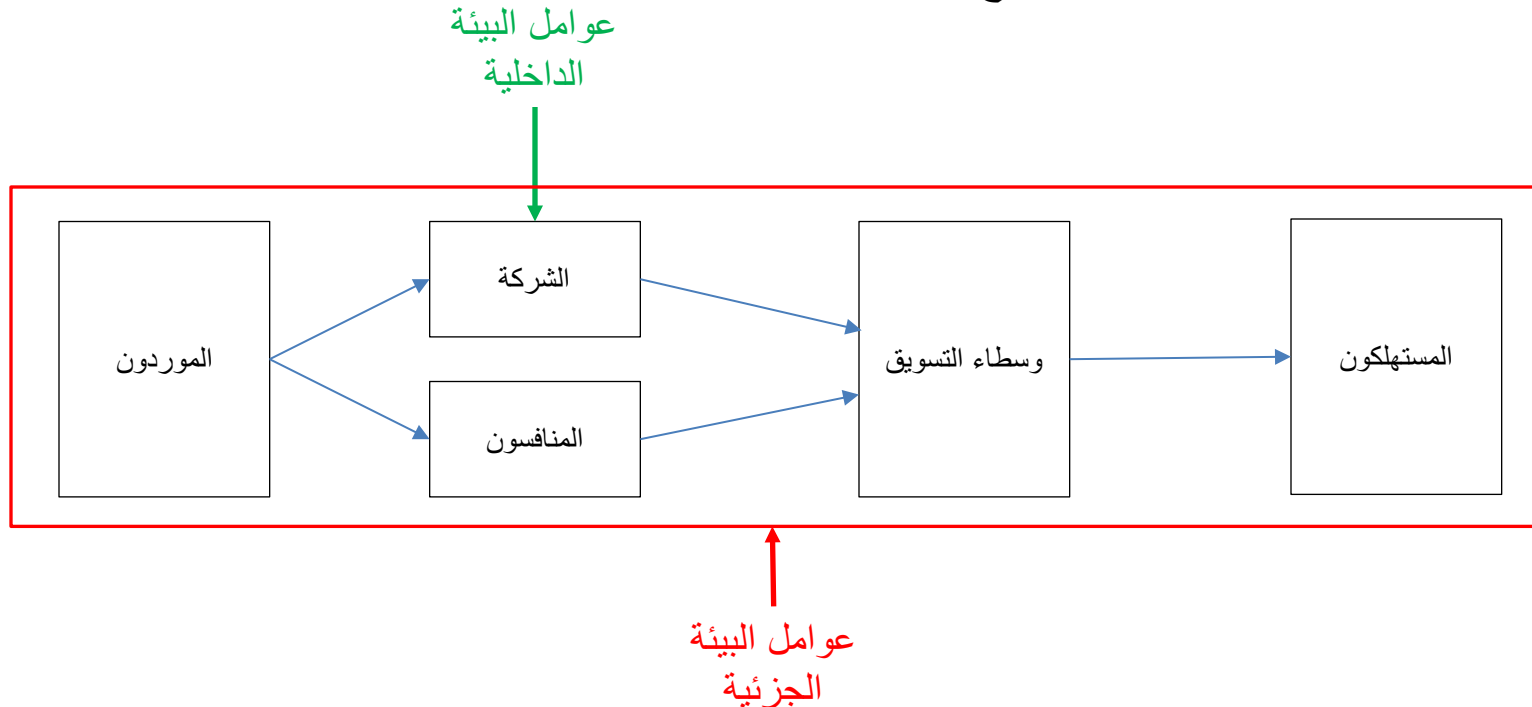
## • متغيرات/ عوامل البيئة التسويقية 11-1



## البيئة التسويقية

### • متغيرات/ عوامل البيئة التسويقية 11-2

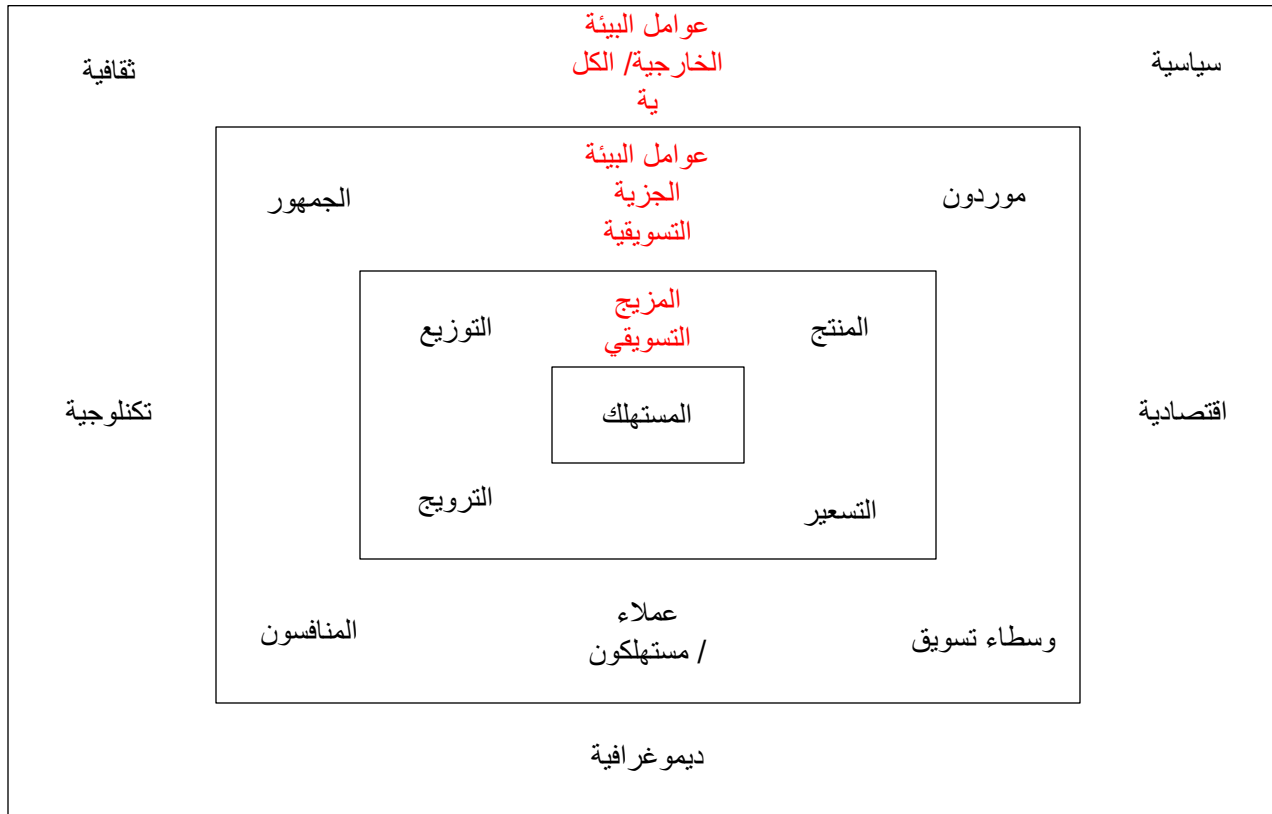
- الفرق بين العوامل البيئية الداخلية، والجزئية:
- الداخلية: هي العوامل المؤثرة داخل المنشأة ذاتها، مثل: الموارد البشرية، التمويل، طاقة الإنتاج .... إلخ
- الجزئية: هي العوامل المرتبطة مباشرة بالشركة والتي تؤثر على قدرتها في خدمة الزبائن وتشمل الشركة نفسها والوسطاء والموردون .... إلخ



# البيئة التسويقية

## • متغيرات/ عوامل البيئة التسويقية 3-11

- البيئة الخارجية (الكلية): هي العوامل الخارجية الرئيسية التي تؤثر على البيئة الداخلية والجزئية بشكل عام، ومن أمثلتها، العوامل الاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية، والتكنولوجية ... إلخ، ولا يمكن السيطرة عليها



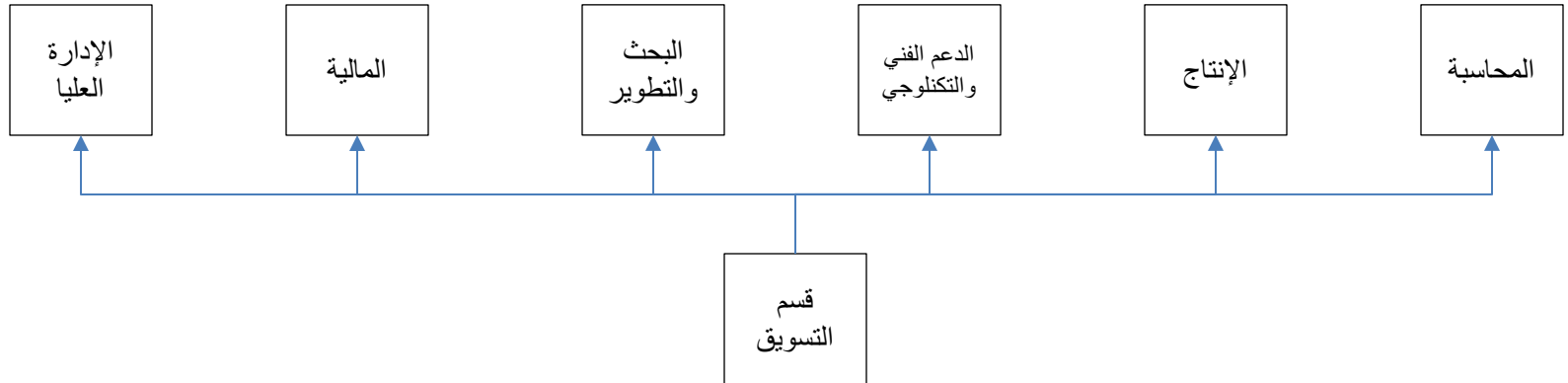
# البيئة التسويقية

## • متغيرات/ عوامل البيئة التسويقية 4-11

• أولاً: عوامل البيئة الجزئية:

1. الشركة: وهي العوامل الداخلية في محيط الشركة:

- قسم التمويل
- قسم الأبحاث التطويرية للمنتجات
- قسم الدعم الفني
- قسم الإنتاج
- قسم المحاسبة
- الإدارة العليا

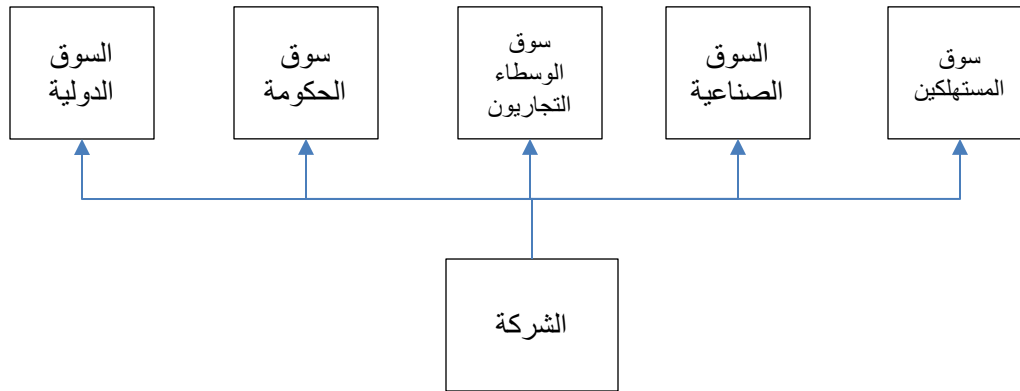


عوامل البيئة الداخلية للشركة (الجزئية للشركة)

# البيئة التسويقية

## • متغيرات/ عوامل البيئة التسويقية 5-11

2. الموردون: هم الأشخاص الذين يزودون الشركة بالاحتياجات الضرورية للإنتاج
3. وسطاء التسويق: ما بين الشركة والمستهلكين:
  - الوسطاء
  - شركات التوزيع المادي/ النقل والتخزين
  - وكالات الخدمات التسويقية
  - الوسطاء الماليون
4. المستهلكون او الزبائن او العملاء:
  - أسواق المستهلكين
  - الأسواق الصناعية
  - أسواق الوسطاء التجاريين
  - الأسواق الحكومية
  - الأسواق الدولية



أنواع الأسواق



## البيئة التسويقية

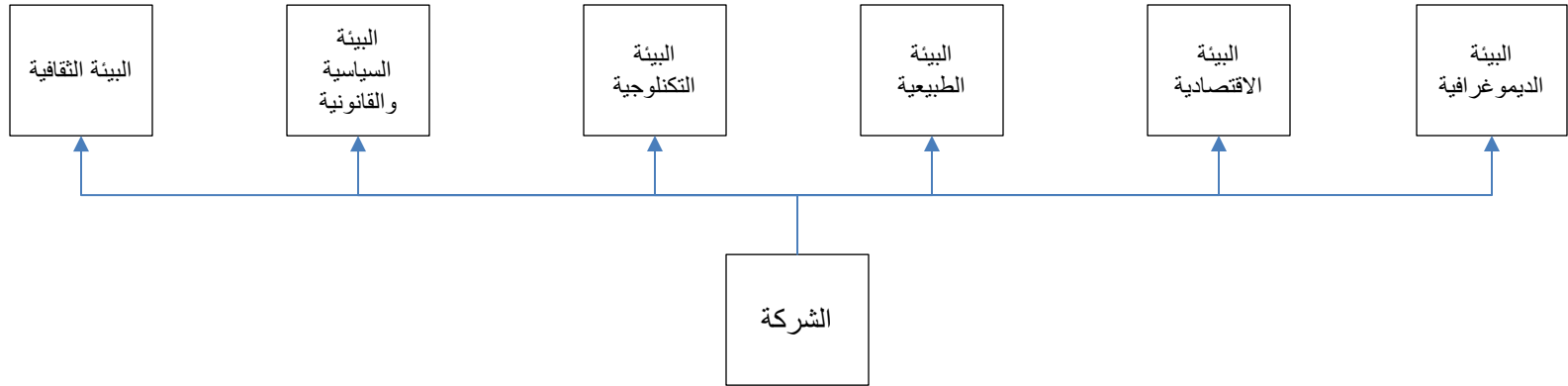
### • متغيرات/ عوامل البيئة التسويقية 6-11

5. المنافسون: شركات تنتج نفس المنتجات التي تنتجها الشركة محل العرض
6. الجمهور/ الأشخاص المتصلون بالشركة:
  - الجمهور المالي
  - الجمهور الإعلامي
  - الجمهور الحكومي
  - الجمهور المدني
  - الجمهور العام
  - الجمهور الداخلي

# البيئة التسويقية

## • متغيرات/ عوامل البيئة التسويقية 7-11

• ثانيا: عوامل البيئة الكلية (الخارجية):



1. البيئة الديموغرافية: لها تأثير مباشر على الاستهلاك وتنوع المنتجات

- عدد السكان
- توزيع السكان في المناطق
- الكثافة السكانية
- العمر
- الجنس

# البيئة التسويقية

## • متغيرات/ عوامل البيئة التسويقية 8-11

2. البيئة الاقتصادية: لها تأثير مباشر على القوة الشرائية لدى المستهلكين

- توزيع الدخل والتغير في القوة الشرائية
- تغير طبيعة إنفاق المستهلك
- التغير في الدورة الاقتصادية: وهي عبارة عن مراحل تمر فيها الدول او المجتمعات المدنية وتتعرض للتقلبات الاقتصادية
  - المرحلة الأولى: مرحلة الرواج والرفاهية
    - مرحلة الرواج
    - توسيع خطط الإنتاج
    - توسيع برامج التسويق
    - الدخول في أسواق جديدة
  - المرحلة الثانية: مرحلة الركود
    - تتخفف القوة الشرائية
    - تغير أنماط الاستهلاك
    - تحسين خدمات المستهلكين
    - تخفيض الأسعار
    - بروز القيمة الاستهلاكية
  - المرحلة الثالثة: مرحلة الانتعاش
    - الازدهار مرة أخرى
    - تواجه الشركات تحديات كبيرة إذا لم تكن مستعدة لهذه المرحلة

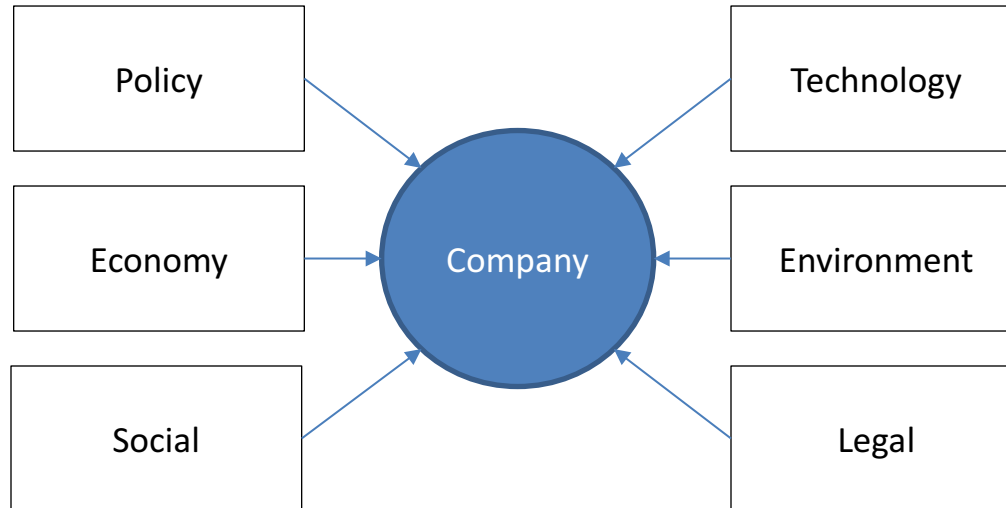
## البيئة التسويقية

### • متغيرات/ عوامل البيئة التسويقية 9-11

3. البيئة الطبيعية: لها تأثير مباشر في مدخلات الإنتاج للشركة
  - زيادة تكلفة الطاقة
  - العجز في المواد الخام
  - تلوث البيئة
  - التنظيم الحكومي لاستخدام المصادر الطبيعية
4. البيئة التكنولوجية: لها تأثير مباشر في العمليات الإنتاجية
  - تسارع التقدم العلمي والتكنولوجي: أدى إلى تنويع المنتجات لإشباع حاجات ورغبات المستهلكين
  - زيادة المخصصات المالية لإجراء البحوث والبرامج العلمية: في المجالات التقنية لرفع كفاءة الإنتاج
5. البيئة السياسية والقانونية: لها تأثير على استمرارية الشركة في المحيط المحلي او الدولي
  - تشريعات تنظيم العمل التجاري
  - المؤسسات الحكومية
  - منظمات حماية المصلحة العامة
6. البيئة الثقافية: لها تأثير مباشر في أنماط الاستهلاك
  - تكون من المنظمات الاجتماعية الرسمية او غير الرسمية
  - العامل الثقافي يعكس تفكير المستهلك وبالتالي سلوك المستهلك

## البيئة التسويقية

- متغيرات/ عوامل البيئة التسويقية 10-11



PESTEL Analysis

# البيئة التسويقية

- متغيرات/ عوامل البيئة التسويقية 11-11

