

المحور الاول : ماهية التسويق

اولا: مفهوم التسويق .

1- المفهوم التقليدي للتسويق.

وفقا للمفهوم التقليدي عرف على انه النشاط الانساني الذي يساهم في سهولة التبادل ، فلا تقتصر العلاقات التبادلية على السلع بل تشمل العديد من الخدمات ، كما يعتمد على فتح قنوات الاصل بين البائع و المشتري من خلال زيادة المشتري للسوق بهدف شراء المنتجات .

2- المفهوم الحديث للتسويق .

يعد التسويق الحديث عبارة عن تنفيذ الوظيفة المرتبطة بالتخطيط الاستراتيجي للجهود التي يسعى الى توجيهها و تفعيلها الاعوان الاقتصاديون ضمن البرامج التي تحقق الأرباح للنشاطات التجارية بمختلف ابعادها.

3- يعرف الدكتور فيلب كوتلر بأنه " فن خلق قيمة انتاجية جديدة غير مسبوق ذات اهمية للمستهلك تساعد على الحصول على قيمة اكبر من عملية الشراء "التسويق هو ممارسة أنشطة الأعمال الخاصة بتوجيه تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك "

ولتفادي الانتقادات الموجهة إلى التعريف المذكور أعلاه، عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق من جديد على انه "التسويق هو العملية الخاصة بتخطيط وتنفيذ وتسعير وترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات اللازمة لإتمام عملية التبادل التي تؤدي إلى إشباع حاجات ورغبات المستهلك وتحقيق أهداف الشركات التجارية.

4- التعريف القانوني للتسويق.

عرف المشرع الجزائري التسويق في الفقرة الثامنة للمادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 93/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على انه " مجموع العمليات التي تتمثل في خزن كل المنتوجات بالجملة، و نقلها و حيازته ا و عرضها قصد البيع أو التنازل عنها مجانا ، و منها الاستيراد و التصدير و تقديم الخدمات".

ثانيا: اهمية التسويق.

- التعرف على طلبات و رغبات الزبائن
- اكتشاف المنتجات و السلع الحالية داخل السوق و تطويرها
- ادراك حصة المشروع التجاري و من حصص السوق و مقارنتها مع حصص المنافسين في الاسواق .
- دعم الانشطة التجارية من حيث الجودة و يتم اعتماد مستوى الخدمات او الاسعار .
- تقديم لعملية الدعم الخاصة بتخطيط النشاطات التجارية .

ثالثاً: خصائص التسويق .

يتميز التسويق عن باقي الأنشطة بما يلي :

- من حيث الأهداف

حيث يهدف لإشباع حاجات العملاء و الحصول على رضاهم و تحقيق الأرباح و التشغيل الأمثل للطاقات و الإسهام القوي و الفعال في تحقق رفاهية المجتمع، فتبدأ وظائف التسويق قبل إنتاج السلع و الخدمات بدراسة الأسواق، جمع البيانات و المعلومات عن حاجات العملاء الحاليين و المرتقبين و رغبتهم التي تمتد بعدها لتقديم خدمات ما بعد البيع.

- من حيث الوظائف.

يعتبر التسويق وظيفة متكاملة و متطورة، حيث تعمل وظائف التسويق أثناء و بعد إنتاج السلع و الخدمات، مما يستوجب إحداث التكامل في ركائز الوظائف عند تخطيط الجهود التسويقية، فالنظام التسويقي مجموعة أنشطة متفاعلة، متكاملة تستهدف التخطيط، التسعير، التوزيع و الترويج للسلع .

- من حيث الطبيعة.

يعتبر التسويق عملية إدارية معقدة، فإدارة العملية التسويقية تسعى لإرضاء المستهلك و تحقيق أهداف المؤسسة، و هذا من خلال تخطيط، تنظيم، توجيه، متابعة و مراقبة أنشطتها التسويقية، إضافة إلى تعقد هذه العملية و ذلك لنمو الأسواق و إشباعها نتيجة لتعدد الحاجات و الرغبات.

- من حيث نطاق النشاط.

يعتبر التسويق عملية تبادل للمنافع، ذلك أن جوهر التسويق هو عملية تبادل المنافع التي تتطلب وجود طرفين أو أكثر القدرة على الاتصال و كذا أن يكون لدى كل طرف شيء ذو قيمة و مرغوب فيه من الطرف الآخر. من خلال ما سبق، نستنتج أن المعاملات القانونية للتسويق ذات نطاق واسع حيث تتضمن مجموعة كبيرة من الأعمال التجارية مثل البيع (بيع المنتجات) و (العقارات) و تقديم الخدمات (كالفندقة و النشاط البنكي و السياحي).