

الاتجاهات السياسية، القوانين والتشريعات، الاتجاهات والمؤشرات الاقتصادية، التقدم التكنولوجي، الجوانب الاجتماعية، إلخ.

- تتميز متغيرات البيئة التسويقية بسرعة الحركة مما يعكس تأثيره على أسلوب أداء الأنشطة التسويقية^(١).

أهمية دراسة التسويق^(٢):

تبرز أهمية التسويق في عدة أسباب نعرض أهمها فيما يلي:

١- ارتفاع تكلفة الأنشطة التسويقية: تستهلك تكلفة التسويق جزءاً كبيراً من ميزانية المشتري. فمما لا شك فيه إن تزويد المشتريين بما يشبع احتياجاتهم من سلع وخدمات يتطلب أداء العديد من الأنشطة التسويقية التي تتطلب بدورها تكلفة.

٢- أهمية التسويق لمختلف أنواع منظمات الأعمال: يعتبر التسويق أحد الأنشطة الأساسية في منظمات الأعمال المختلفة. ويمكن التسويق منظمات الأعمال من استكمال دورة أعمالها وذلك بتحويل ما يتم إنتاجه من سلع وخدمات نتيجة بيعها في الأسواق إلى نقود تستخدم في شراء خامات لاستخدامها في إنتاج سلع وخدمات وبيعها وهكذا. وتتمكن المنظمات باستكمال دورة أعمالها من تحقيق البقاء والاستمرار في السوق.

ولا يفيد التسويق من هذه الناحية فقط. فالنشاط التسويقي يمكن منظمات الأعمال من خلق العديد من الفرص لتطوير المنتجات أو تقديم منتجات جديدة وفتح أسواق جديدة أو تدعيم وجودها في الأسواق الحالية تبعاً لذلك. وينتج عن كل هذه الأمور فرصاً أكبر لتحقيق الإشباع المطلوب لاحتياجات ورغبات العملاء من ناحية وتوسيع نطاق أعمال المنظمة من ناحية أخرى ومن ثم زيادة قدرتها على النمو وتحقيق الأرباح.

٣- أهمية التسويق في تقديم فرص عمل لأفراد المجتمع: لا شك أن أداء الأنشطة التسويقية يقوم به أفراد. ويعني ذلك أن هناك عدداً من الأفراد في أي مجتمع يحصلون على دخولهم من خلال ممارسة الأنشطة التسويقية، وربما تكون أو سوف تكون أنت واحداً من هؤلاء.

(١) د. عبيد محمد عنان وآخرون - إدارة التسويق - مركز التعليم المفتوح، جامعة عين شمس، ص ٦.

(٢) د. عبد الفتاح الشربيني - أساسيات التسويق - القاهرة، ١٩٩٧، ص ٤٤.

٤- أهمية التسويق في خلق المنافع: أن النشاط التسويقي نشاطاً منتجاً كما أنه يضيف إلى القيمة الاقتصادية للمنتجات بما يخلقه من منافع، وتتمثل هذه المنافع بصفة أساسية في المنفعة المكانية، المنفعة الزمنية، ومنفعة التملك. وتتحقق هذه المنافع كنتيجة لتوفير السلع والخدمات في المكان والوقت الملائم لاستهلاكها أو استخدامها وتسهيل عمليات تملكها لتحقيق الفائدة المرجوة منها.

٥- أهمية التسويق في تحسين جودة الحياة: يساهم التسويق في تحسين جودة الحياة من عدة نواحي يأتي في مقدمتها تعظيم إشباع الأفراد لاحتياجاتهم بالعمل على توفير السلع والخدمات الضرورية لذلك. أيضاً يساهم التسويق في تحقيق أقصى استخدام ممكن للموارد المتاحة وتخصيص هذه الموارد المحدودة بطبيعتها على الاستخدامات العديدة والمتنافسة.

٦- أهمية تقييم الأنشطة التسويقية، على الرغم من مساهمة الأنشطة التسويقية في رفع مستوى المعيشة وتحقيق الرفاهية المادية فإن للتسويق جانبه الآخر خاصة وأن له انعكاساً على جوانب الحياة اليومية للعديد من نقائص وعلى سبيل المثال ينتقد علماء الاجتماع وجمعيات حماية المستهلك والمسؤولون الحكوميون العديد من الأسباب وفي مناسبات كثيرة جوانب متعددة في الإعلان والبيع الشخصي والتعبئة والتغليف. كذلك ينتقد هؤلاء نشاط التوزيع والتسعير وما يتصل بالاسم التجاري والعلامة التجارية، وتفيد دراسة التسويق في زيادة المقدرة على تقييم هذه الأنشطة وتحديد هذه الإجراءات في إصدار قوانين أو تشريعات صناعية أو تدخلات حكومية أو غير ذلك.

أهداف التسويق^(١):

يتمثل الهدف الأساسي للتسويق في توفير الجودة في الحياة ويتأتى ذلك من خلال سد الفجوات بين المنتج والمتلقي وتأخذ الفجوات التي سيعمل التسويق على سدها، الأشكال التالية:

(١) د. محمد حافظ حجازي - المقدمة في التسويق - دار الوفاء للنشر والتوزيع - الإسكندرية، ٢٠٠٥،

ص ٣٧ وما بعدها.