

# جودة التسويق الصناعي واثره في استهلاك المنتج

المدرية د. ياسمين خضير - المدرية م. حنان صفاء

## اهداف الورشة:

- التعريف باهمية المنتج وجودته.
- التعريف بمفهوم التسويق الصناعي ومواصفات المنتج.
- توضيح اهمية التسويق الصناعي للمنظمات الصناعية والاقتصاد الوطني.



**INDUSTRIAL MARKETING**  
**التسويق الصناعي**





هو تسويق المنتجات إلى  
الصناعيين الذين يستعملونها  
بدورهم من أجل إنتاج سلع  
وخدمات جديدة. ويطلق عليه  
أيضا To Businesses  
Businesses واختصاراً B2B  
والذي يمثل جميع الفعاليات التي  
تهدف إلى تسويق المنتجات إلى  
منظمات الأعمال لاستخدامها في  
صناعة سلعها أو تقديم خدماتها

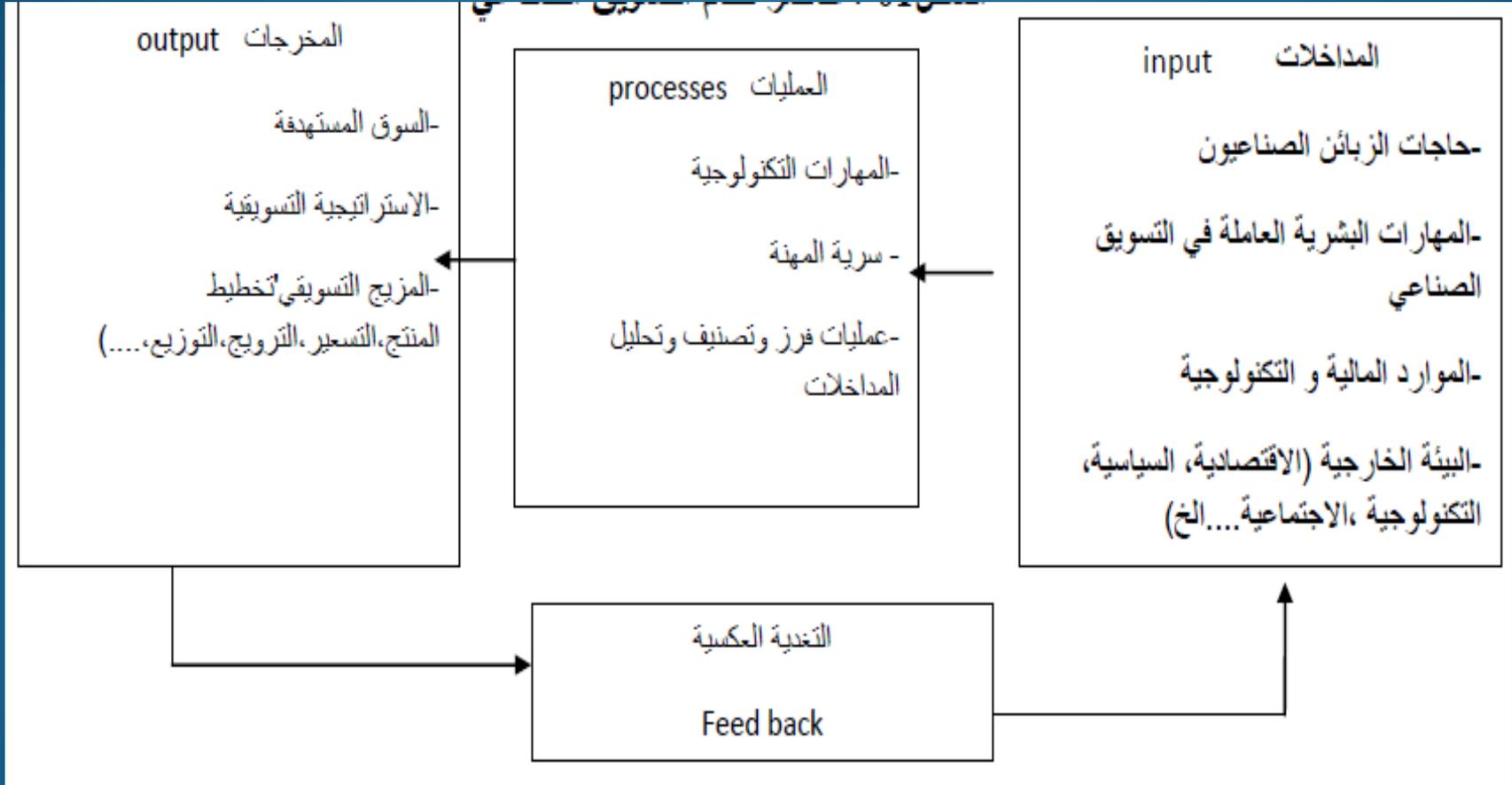
التسويق الصناعي الحديث هو أكثر من مجرد تسويق المنتجات للزبائن أو محاولة إقناع شخص ما بشراء المنتجات.

فهو معرفة الزبائن ومشاكلهم ، وابتكار حلول لتلك المشاكل، وتوصيل تلك الابتكارات بطريقة تخلق قيمة حقيقية ومتصورة لسوق مستهدف محدد بعناية .

## إن مفهوم التسويق الصناعي الحديث يركز عموماً على النقاط الآتية:

- ١- خلق القيمة للزبون بالمنتجات التي تحدد استناداً لحاجات السوق وأهداف المنظمة.
- ٢- نشاطات المنظمة يجب أن تبدأ من خلال دراسة السوق، وتحديد الحاجات والرغبات.
- ٣- تحديد اتجاهات السوق ومتابعة التغيرات الحاصلة في البيئتين الداخلية والخارجية للمنظمة.
- ٤- مهمة التسويق تعتمد على حاجات ورغبات الزبائن وليس تقديم منتجات فقط، لأن هذه المنتجات قد تكون غير ملبية لما يريده الزبون الأمر الذي يهدد مركز المنظمة.

# عناصر نظام التسويق الصناعي



# أهمية التسويق الصناعي بالنسبة للمنظمات الصناعية

تكمن أهمية التسويق الصناعي بالنسبة للمنظمات الصناعية في ما يأتي:

١- يساعد المنظمات على تحديد الإنتاج كما ونوعا، وبما يتناسب و قدرات المستعمل الصناعي، و ذلك من خلال تخطيط الطلب والتنبؤ به.

٢- اكتشاف الفرص التسويقية من خلال التحري عن الحاجات و الرغبات غير المشبعة لدى المشترين والعمل على إشباعها.

٣- تبرز أهميته في خلق حالة الابتكار والتطوير وذلك بحكم الاحتكاك المباشر مع السوق الصناعي والتعرف على توجهات الشركات الصناعية والاستفادة منها في ابتكار سلع جديدة.

٤- الحصول على مستلزمات الإنتاج من مكائن وآلات، مواد أولية و سلع مساعدة وخدمات وغيرها.

## أهمية التسويق الصناعي بالنسبة للمنظمات الصناعية

٥- إختيار مجهزين ذوو كفاءة عالية ومن مصادر متنوعة وذلك كي تضمن حصولها على السلع والخدمات بالجودة المطلوبة، والأسعار المناسبة، والوقت الملائم كي تضمن عملية تدفق التجهيز واستمرار عملية الإنتاج.

٦- الحاجة إلى تصريف مخرجات العملية الإنتاجية سلع وخدمات وهذا يتطلب منها دراسة السوق لمعرفة حاجات الزبائن وتحديد طبيعة المنتجات والخصائص التي يبحث عنها الزبائن.

٧- أهمية التسويق الصناعي تكمن في دقة النشاط التسويقي وما تتطلبه الإدارة التسويقية من تخصص مقارنة بالتسويق الاستهلاكي.

# أهمية التسويق الصناعي بالنسبة للاقتصاد الوطني

- ١- خلق فرص عمل جديدة داخل المنظمات الصناعية وفي وظائف متعددة، هذا يؤدي الى زيادة حجم العمالة في المجتمع.
- ٢- تنشيط الطلب على المنتجات الصناعية وتحريك عجلة الإنتاج لحماية الاقتصاد الوطني من أزمة كساد، في حالة انخفاض الطلب على المنتج الوطني
- ٤- الترويج للمنتجات الصناعية الوطنية و للمنتوج الوطني بصفة عامة في السوق المحلية و الأجنبية؛
- ٥- يساعد على زيادة الاندماج العمودي بين مؤسسات الاقتصاد الوطني.

عدم تجانس الطلب

صغر الحجم

خصائص

السوق الصناعي

قرار الشراء

الطلب المشتق

التعاون بين البائع والمشتري

## مقارنة بين التسويق الصناعي والتسويق الاستهلاكي

التسويق الصناعي	التسويق الاستهلاكي
تقوم المنظمات بشراء المنتجات لاستخدامها بشكل مباشر في العمليات الصناعية	يقوم الأشخاص بشراء المنتجات لاستخدامها للاستهلاك النهائي
يعتبر السوق الصناعي سوقاً صغيراً من حيث الحجم	يعتبر السوق الاستهلاكي سوقاً كبيراً من حيث الحجم
عدد السلع تكون محدودة	عدد السلع والخدمات كبيرة
توزيع السلع ولمواد الصناعية في اغلب الأحيان عن طريق المنتج المباشر	تباع السلع الاستهلاكية عن طريق الوسطاء
يكون لمندوب البيع دور ومهم في الترويج للمبيعات	الاعلان هو الوسيله الاكثر استخداماً في عملية الترويج
يهتم بتقديم خدمات الصيانة	لا يهتم بذلك
معلومات المشتري الصناعي عن السلعة كاملة	معلومات المستهلك الاخير محدودة
تحكم المستعمل الصناعي اجراءات وقواعد شراء	لا تحكم المستهلك النهائي قواعد واجراءات شراء

# جودة التسويق الصناعي

جودة التسويق الصناعي هي مدى قدرة الشركة على تلبية احتياجات وتوقعات الزبائن من خلال أنشطة التسويق المختلفة.



# أهمية جودة التسويق الصناعي

## ١- زيادة الرضا عن الزبائن:

\* يؤدي تحسين جودة التسويق الصناعي إلى زيادة رضا الزبائن عن المنتجات التي تقدمها الشركة.

\* الزبائن الراضون هم أكثر عرضة للعودة للشراء من الشركة مرة أخرى.

## ٢- زيادة حصص السوق:

\* يمكن لجودة التسويق الصناعي أن تساعد الشركات على جذب الزبائن جدد والحفاظ على الزبائن الحاليين.

\* يمكن أن يؤدي ذلك إلى زيادة حصص السوق للشركة.

# أهمية جودة التسويق الصناعي

## ٣- تحسين الربحية:

\* يمكن لجودة التسويق الصناعي أن تساعد الشركات على خفض التكاليف وتحسين الربحية.

\* يمكن أن يؤدي ذلك إلى زيادة أرباح الشركة.

## ٤- بناء علاقات قوية مع الزبائن:

\* يمكن لجودة التسويق الصناعي أن تساعد الشركات على بناء علاقات قوية مع الزبائن.

\* يمكن أن يؤدي ذلك إلى زيادة ولاء الزبائن للشركة.

# استراتيجيات تحسين جودة التسويق الصناعي

## ١- التركيز على احتياجات العملاء:

\* يجب أن تركز أنشطة التسويق الصناعي على احتياجات وتوقعات العملاء.

\* يجب أن تفهم الشركة ما يريده العملاء وتحتاجه.

## ٢- تطوير علاقات قوية مع العملاء:

\* يمكن لجودة التسويق الصناعي أن تساعد الشركات على بناء علاقات قوية مع العملاء.

\* يمكن أن يؤدي ذلك إلى زيادة ولاء العملاء للشركة.



# استراتيجيات تحسين جودة التسويق الصناعي

## ٣- تحسين كفاءة أنشطة التسويق:

\* يمكن للشركات تحسين كفاءة أنشطة التسويق من خلال استخدام التكنولوجيا الحديثة.

\* يمكن أن يؤدي ذلك إلى خفض تكاليف التسويق وتحسين الربحية.

## ٤- استخدام التكنولوجيا الحديثة:

\* يمكن للشركات استخدام التكنولوجيا الحديثة لتحسين جودة أنشطة التسويق.

\* يمكن استخدام التكنولوجيا لجمع بيانات عن العملاء وتحليلها.

\* يمكن استخدام هذه المعلومات لتطوير أنشطة تسويقية أكثر فاعلية.

# مفهوم المنتج

المنتج : مجموعة من الخصائص او مجموعة من الصفات الملموسة وغير الملموسة والتي تشمل التعبئة والجودة والسمعة والعلامة والسعر واللون، فضلاً عن خدمات ما بعد البيع.

اي انه اي شيء يلبي الحاجات والرغبات ويعرض في السوق بهدف الانتباه والاستحواذ والاستعمال والاستهلاك.

# تصنيف المنتج

## ١- منتجات استهلاكية:

- أ- سلع ميسرة: تشتري بشكل متكرر بدون تخطيط او قليل وجهود شراء بسيطة واسعار بسيطة وتوزيعها كثيف مثل ( السكر والسكائر).
- ب- سلع التسوق: شرائها اقل تكرار، تخطيط وجهد شراء مكثف، سعر مرتفع، توزيع اختياري مثل (التلفاز والاثاث).
- ت- سلع خاصة: جهد شراء خاص، مقارنة قليلة مع العلامة التجارية، حساسية اقل للسعر سعرها مرتفع نسبياً، توزيعها حصري مثل(السيارات الفاخرة).
- ث- سلع ذات طلب سلبي: المعرفة بها قليلة من الزبائن، سعرها يختلف، توزيعها مختلف مثل ( التأمين على الحياة).

# تصنيف المنتج

١- **منتجات صناعية:** وهي التي لا تستهلك مباشرة ويتعامل معها الافراد ومنظمات الاعمال لاستعمالها في واحدة او اكثر من الاغراض الآتية:

أ- تدخل في انتاج سلعة اخرى (شراء محرك كهربائي لماكنة خياطة).

ب- تنتج سلعة اخرى (ماكنة صناعة الأيس كريم).

ت- لغرض استخدامها في العمليات التشغيلية (المواد الكيماوية او القطن والشاش في المستشفيات)

# مستويات المنتج

يتكون المنتج من ثلاثة مستويات وهي:

١- **المستوى الاول:** مستوى جوهر المنتج ويمثل المنفعة الحقيقية التي يسعى الزبون للحصول عليها من المنتج، وتمثل حلاً لمشكلة الزبون واشباع حاجاته ورغباته .

٢- **المستوى الثاني:** المنتج الفعلي او ما يطلق عليه المستوى المطابق للمنتج وهي مجموعة من الخصائص الملموسة للمنتج ( الخواص، الجودة، التصميم، التغليف واسم العلامة).

٣- **المستوى الثالث:** المنتج الناعم(المعزز) يضم الخدمات الاضافية المرافقة للمنتج كالضمان والاتصال عبر الهاتف في حالة وجود مشكلات .

# عوامل نجاح المنتج

- ١- وضع وصف دقيق للسوق المستهدف ومن ثم تكييف المنتج طبقاً لذلك الوصف لتلبية الحاجات والرغبات.
- ٢- وقت طرح المنتج الى السوق.
- ٣- العوامل الاستراتيجية كالتكنولوجيا والموارد المتاحة.
- ٤- عوامل بيئة السوق كحجم السوق المحتملة والبيئة التنافسية والبيئة الخارجية.
- ٥- عوامل عملية التطوير كالانشطة المبتكرة والانشطة التسويقية ودعم الادارة العليا والبراعة المالية.

# اسباب فشل المنتج

- ١- فشل السوق : صغر حجم السوق المحتملة، سوء فهم حاجات الزبائن، عدم وجود فروق واضحة.
- ٢- فشل مالي: عائدات ضعيفة جراء الاستثمار في المنتج.
- ٣- فشل التوقيت : ان السوق غير مهياة لقبول المنتج (اما مبكر او متأخر).
- ٤- فشل فني: عدم قدرة المنتج على اثبات جدارته والتصميم السيء للمنتج.
- ٥- فشل بيئي: بسبب الانظمة الحكومية والاقتصادية.

# التحديات والفرص في استهلاك المنتج

**١- تغير المناخ:** يُعد أحد أكبر التحديات التي تواجه استهلاك المنتج، إذ يتطلب الحد من انبعاثات الكربون وتخفيف آثار تغير المناخ تغييرات جذرية في طريقة إنتاج واستهلاك المنتجات. وتُقدم معالجة تغير المناخ فرصة لتطوير منتجات وخدمات جديدة صديقة للبيئة، مثل مصادر الطاقة المتجددة والمركبات الكهربائية.

**٢- النمو السكاني:** يُشكل النمو السكاني المتزايد ضغطاً على الموارد الطبيعية، مما يتطلب زيادة الإنتاجية وتحسين كفاءة استخدام الموارد لتلبية احتياجات عدد متزايد من السكان. ويُقدم النمو السكاني فرصة لتوسيع الأسواق وتطوير منتجات وخدمات جديدة تُلبي احتياجات المستهلكين الجدد.

**٣- الندرة:** تتزايد ندرة بعض الموارد الطبيعية، مثل المياه والنفط والمعادن، مما يؤدي إلى ارتفاع الأسعار ويُشكل تحدياً للأمن الغذائي والطاقة. وتُحفز ندرة الموارد تطوير تقنيات جديدة لتحسين كفاءة استخدام الموارد وإيجاد بدائل مستدامة.

# وهناك فرص اخرى في استهلاك المنتج

**١- الاستهلاك المستدام:** يُقدم فرصة لتقليل التأثير البيئي لاستهلاك المنتج وتحسين نوعية الحياة. ممارسات الاستهلاك المستدام: تشمل شراء المنتجات الصديقة للبيئة، تقليل الاستهلاك، إعادة التدوير.

**٢- الاقتصاد الدائري:** يُقدم فرصة لتحويل النموذج الاقتصادي من نموذج خطي (الإنتاج-الاستهلاك-التخلص) إلى نموذج دائري يُركز على إعادة استخدام المواد وإعادة تدويرها. فوائده تشمل تقليل النفايات، الحفاظ على الموارد، وخلق فرص عمل جديدة.

**٣- التقدم التكنولوجي:** يُقدم فرصًا جديدة لتحسين كفاءة الإنتاج ، وتقليل استهلاك الموارد، وتطوير منتجات. تشمل الطباعة ثلاثية الأبعاد، والذكاء الاصطناعي.

# تأثير استهلاك المنتج على البيئة والمجتمع

## ١- الآثار البيئية:

- تلوث الهواء: تنبعث من عمليات التصنيع والنقل واستخدام الطاقة غازات ضارة مثل ثاني أكسيد الكربون وثاني أكسيد النيتروجين وأول أكسيد الكربون، مما يساهم في ظاهرة الاحتباس الحراري وتغير المناخ.
- تلوث الماء: يؤدي تصريف النفايات الصناعية والمياه المنزلية غير المعالجة إلى تلوث الأنهار والبحيرات والمياه الجوفية، مما يهدد الحياة المائية ويشكل خطراً على صحة الإنسان.
- النفايات الصلبة: تُنتج عمليات استهلاك المنتج كميات هائلة من النفايات الصلبة، مثل البلاستيك والمواد المعدنية، مما يؤدي إلى إشكالات في التخلص من هذه النفايات وتلوث التربة.

# تأثير استهلاك المنتج على البيئة والمجتمع

## ٢- الممارسات المستدامة:

- استهلاك المنتجات المستدامة: اختيار المنتجات المصنوعة من مواد صديقة للبيئة وقابلة للتجديد، مثل المنتجات العضوية أو المعاد تدويرها.
- تقليل الاستهلاك: تقليل شراء المنتجات غير الضرورية والبحث عن طرق لإعادة استخدام وإصلاح المنتجات بدلاً من التخلص منها.
- إعادة التدوير: فرز النفايات وإعادة تدويرها قدر الإمكان لتقليل كمية النفايات المرسلة إلى مكبات النفايات.
- استخدام الطاقة بكفاءة: تقليل استهلاك الطاقة من خلال استخدام الأجهزة الموفرة للطاقة وإطفاء الأجهزة الإلكترونية عندما لا تكون قيد الاستخدام.

# تأثير استهلاك المنتج على البيئة والمجتمع

## ٣- الآثار الاجتماعية:

- الصحة العامة: يؤدي استهلاك بعض المنتجات، مثل التبغ والكحول، إلى مشاكل صحية خطيرة.
- العدالة الاجتماعية والمساواة: قد يؤدي استهلاك المنتجات الفاخرة إلى تفاقم مشكلة عدم المساواة الاجتماعية.
- حقوق العمال: قد تستغل بعض الشركات العمالة في البلدان النامية بتقديم أجور منخفضة وظروف عمل غير آمنة في تصنيع المنتجات.

# في الختام

يحتل التسويق الصناعي في عالم اليوم أهمية استثنائية منها مساهمته في توفير ما تحتاجه متطلبات عمليات الإنتاج لمنظمات الأعمال المنتجة للمنتجات النهائية لسوق المستهلك الأخير واحتياجات المنظمات الصناعية الأخرى.

ان أنشطة التسويق الصناعي فيها الكثير من التعقيدات التي تواجهها نظرا للتعامل مع منتجات صناعية متنوعة ومنظمات أعمال الأمر الذي يترتب عليها أعباء إضافية لفهمها والتعامل معها بالشكل الذي يحقق متطلبات تلك المنظمات وكذلك أهداف المنظمة الصناعية.

# التوصيات

- إقامة دورات تثقيفية في الوزارات والدوائر الحكومية للتعريف عن التسويق الصناعي والادارة الصناعية .
- الاهتمام اكثر بإقامة ندوات داخلية للتعريف بجودة التسويق الصناعي.
- إقامة محاضرات تعريفية بالتسويق الصناعي لخلق فرص عمل جديدة داخل المنظمات الصناعية وفي وظائف متعددة، وهذا يؤدي الى زيادة حجم العمالة في المجتمع.

شكراً لحسن اصغائكم