



قسم العلوم التجارية: السنة الثانية لليسانس

محاضرات في مقياس -أساسيات التسويق

ثانيا: وظيفة التسويق وعلاقتها بالوظائف الأخرى للمؤسسة

أولا. وظائف التسويق: اختلف الكتاب في تصنيف الوظائف التسويقية ولكن سنتناول

الوظائف الشائعة في كتب التسويق الحديثة وأهم هذه الوظائف:

1 - تخطيط المنتج:

تم هذه الوظيفة بالتعاون مع أقسام البحث والتطوير والإنتاج، إذ يجب التوفيق بين إرضاء المستهلك في حدود الموارد المتوفرة ومنه فهي تركز على تطوير وإدارة المنتجات لتلبية احتياجات السوق وتوقعات الزبائن، حيث تتم وفق النقاط التالية: تحليل السوق، تحديد الأهداف، تطوير الفكرة، تصميم المنتج، التقييم والتعديل، إطلاق المنتج. (Caine, 2017, p. 45)

45)

2 - إدارة الجودة:

ويقصد بهما وضع مقاييس ومعايير ومستويات معينة من مواصفات الجودة يجب على المنتجات أن تصل إلى مستواها، كما أن عملية إدارة الجودة هي مجموعة من الأنشطة

المنظمة التي تهدف إلى تحسين جودة المنتجات والخدمات من خلال: التخطيط، ضمان

الجودة (التنفيذ)، التحسين المستمر والرقابة. (Drucker, 2006, p. 91)

3 - الشراء:

هي واحدة من الوظائف الأساسية في إدارة سلسلة الإمداد ويعتبر الشراء من وجهة نظر

التسويق عملية توفير السلع بغرض إعادة بيعها للمستهلك أو المنتج الصناعي، وتشمل عدة

جوانب: تحديد الاحتياجات، البحث عن الموردين، التفاوض، اصدار الطلبيات، مراقبة

التسليم، إدارة المخزون، تقييم الأداء، إدارة العلاقات. (Chopra & Meindl, 2016, p. 230)

4 - البيع:

يهدف البيع إلى تصرف المنتجات في إطار أهداف اقتصادية معينة. ولا تقتصر وظيفة البيع

على مجرد إرضاء الزبائن الحاليين بل تشمل البحث عن زبائن جدد، تهدف وظيفة البيع

إلى تحويل المنتجات أو الخدمات إلى زبائن محتملين. تشمل هذه الوظيفة عدة جوانب

رئيسية: تحليل السوق، تحديد الزبائن المستهدفين، تطوير استراتيجيات البيع، التواصل

مع الزبائن، عرض المنتجات، إتمام البيع، خدمات ما بعد البيع. (Ingram, Raymond W.

LaForge, & William T. Schepker, 2018, p. 132)

5 - التوزيع المادي:

وتهتم هذه الوظيفة بخلق المنفعة الزمنية والمكانية للسلع من زمن أو مكان إنتاجها إلى

زمان ومكان استهلاكها وتضم هذه الوظيفة وظيفتي النقل والتخزين.

6 - الوظائف المكملة:

هناك مجموعة أخرى من وظائف التسويق تسمى وظائف مكملة أو مساعدة وهي لا ترتبط

مباشرة بعملية تحويل حيازة السلع إلا أنها وظائف هامة لإتمام عملية التبادل كوظيفة

التمويل مثلا

ثانيا. علاقة وظيفة التسويق بالوظائف الأخرى:

تمارس منظمات الأعمال وظائف متعددة مرتبطة مع بعضها البعض بصورة قوية ... و يؤثر

كل منها على الآخر، تمثل وظيفة التسويق كوظيفة رئيسية، إحدى هذه الوظائف المتعددة

التي تربطها علاقات متنوعة مع الوظائف الأخرى في منظمات الأعمال ونوضح أهمها فيما

يلي:

1 - علاقة وظيفة التسويق بوظيفة الإنتاج والعمليات

ترتبط وظيفة التسويق مع وظيفة الإنتاج في المنظمات بشكل كبير، فالقائمون بعملية الإنتاج لابد أن توفر لديهم معلومات وبيانات عن احتياجات السوق كما ونوعا، ووقت هذه الاحتياجات التي يقدمها لهم القائمون بوظيفة التسويق ليتم على ضوئها تحقيق هدف أساسي وهو إنتاج المنتجات بالكميات المطلوبة وبالجودة والتكليف المناسبة وفي الوقت الملائم. وتفاعل هاتان الوظيفتان من خلال: تحديد احتياجات السوق، تطوير المنتجات، تخطيط الإنتاج، الترويج للمنتجات، تحسين الجودة.

(Kerin & Steven 2018, p. 203) ومنه فالتفاعل بين وظيفة التسويق والإنتاج ضروري لتلبية توقعات الزبائن

W. Hartley, 2018, p. 203)

2 - علاقة وظيفة التسويق بوظيفة التصميم:

المسؤولون عن التصميم لا يمكنهم القيام بتصميم المنتجات إلا على ضوء الدراسة المسبقة للسوق ومعرفة أذواق ورغبات المستهلكين حول تصميم المنتجات من حيث محتواها وشكلها، وهذه المعلومات لا يمكن توفرها إلا من طرف المسؤولين عن أداء وظيفة التسويق. وتفاعل هاتان الوظيفتان من خلال: فهم احتياجات الزبائن، تطوير المفاهيم،

اختبار التصميم، توافق التصميم مع العلامة التجارية، تصميم عمليات الترويج والتأثيل.

يرى فليب كوتلر أن التسويق الفعال يعتمد على التعاون الجيد مع فريق التصميم لتحقيق

رؤية المنتج (Kotler & Kevin Lane Keller, 2016, p. 132)

3 - علاقة وظيفة التسويق بوظيفة الشراء

هناك علاقة غير مباشرة بين وظيفة التسويق ووظيفة الشراء في منظمات الأعمال وتتضح

هذه العلاقة من خلال قيام المسؤولين عن التسويق بتزويد القائمين بعملية الإنتاج

باحتياجات المستهلك كما ونوعا وتوقيتا. ويحددون خطط الإنتاج للتحديد الدقيق

لحجم المستلزمات من المواد الازمة للإنتاج، وإعلام المسؤولين بوظيفة الشراء بذلك

حتى يتسمى لهم القيام بالإجراءات الازمة لشرائها. وتفاعل هاتان الوظيفتان من خلال:

تحديد احتياجات المنتجات، تقييم الموردين، التفاوض، توقعات الطلب، تحسين

العلاقات مع الموردين.

يرى الكثير أن التعاون بين التسويق والشراء يساهم في تحسين استراتيجيات التوريد لدى

(Robert M. Monczka, Robert J. Trent, & David J. Giunipero, 2015, p. 210) المنظمة

4 - علاقة وظيفة التسويق بالوظيفة المالية:

مادام المسؤولون عن التسويق يستخدمون نسبة لا بأس بها من رأس المال المستثمر في

منظمات الأعمال للقيام بأداء وظيفة التسويق، فلا بد إذا من نشوء علاقة متبادلة بين هؤلاء

المسؤولين أي بوظيفة التسويق والمالية باعتبار الوظيفة المالية هي الجهة المسئولة عن

إدارة الأموال. وتفاعل هاتان الوظيفتان من خلال: تحديد الميزانية، تحليل العائد على

الاستثمار، توقعات المبيعات، تحليل السوق، استراتيجية التسويق.

في هذا الصدد يرى فليب كوتلر أن الميزانية التسويقية تحتاج إلى تحليل دقيق من قبل الادارة

المالية لضمان تحقيق العائد المطلوب ومنه تحقيق الأهداف التسويقية للمنظمة (Kotler &

Kevin Lane Keller, 2016, p. 450)

5 - علاقة وظيفة التسويق بوظيفة الموارد البشرية:

هناك تكامل واضح بين وظيفتي التسويق والموارد البشرية في منظمات الأعمال خاصة فيما

يتعلق الأمر باختيار الأفراد العاملين المسؤولين عن وظيفة التسويق ورجال البيع وتدريبهم

وإعداد طرق مكافآتهم والنظم والحوافز الخاصة بهم، وترقياتهم والإشراف عليهم، وتقييم

أدائهم.

إدارة التسويق تعمل على تحسين تجربة الزبون أما إدارة الموارد البشرية تعمل على

تحسين تجربة الموظف، ومنه فالتعاون بين التسويق والموارد البشرية يمكن أن يعزز من

قدرة المنظمة التنافسية. (Mello, 2015, p. 330)

6 - علاقة وظيفة التسويق بوظيفة العلاقات العامة:

هناك تكامل واضح بين وظيفتي التسويق والعلاقات العامة في منظمات الأعمال خاصة فيما

يتعلق الأمر بالهدف الأساسي والمشترك بينهما وهو بناء وتعزيز صورة المنظمة، ويظهر

ذلك من خلال: بناء صورة العلامة، التواصل مع الجمهور، إدارة الأزمات، تحسين تجربة

الزبائن.

ومنه فالتسويق والعلاقات العامة يعملان معًا لتشكيل صورة قوية للعلامة التجارية. (Wilcox

& Glen T. Cameron, 2018, p. 310)

7 - علاقة وظيفة التسويق بوظيفة البحث والتطوير(R&D):

هناك أيضا تكامل واضح بين وظيفتي التسويق والبحث والتطوير في منظمات الأعمال خاصة

فيما يتعلق الأمر بضمان نجاح المنتجات وتلبية احتياجات السوق، ويظهر ذلك من خلال:

تحديد احتياجات السوق، خلق وتقدير الأفكار، تطوير واختبار المنتجات، التحسين

المستمر.

ومنه فنجاح المنتجات الجديدة يعتمد بشكل كبير على المعلومات التي يوفرها التسويق

لفريق البحث والتطوير. (Porter, 2016, p. 120)

8 - علاقة وظيفة التسويق بوظيفة نظم المعلومات الادارية (MIS) :

هناك أيضا تكامل واضح بين وظيفي التسويق ونظم المعلومات الادارية في منظمات الأعمال

خاصة فيما يتعلق الأمر باتخاذ القرارات الاستراتيجية وتحقيق الأهداف التجارية، ويظهر

ذلك من خلال: جمع وتحليل البيانات، تخطيط وتطوير الاستراتيجيات التسويقية،

تقييم الأداء، إدارة العلاقة مع الزبائن CRM، تحسين العمليات والأنشطة التسويقية.

ومنه فنظم المعلومات الإدارية تساعد في تقديم رؤى استراتيجية تدعم الأنشطة التسويقية.

(Laudon & Jane P. Laudon, 2017, p. 252)