

الجامعة السورية الخاصة

السنة الأولى

مقرر مدخل إلى التسويق

الفصل الرابع: تجزئة السوق

الدكتور عصام حيدر

مقدمة

○ تقدر كل شركة أن منتجاتها لا يمكن أن تنال إعجاب المشترين كافة، لأن عددهم كبير ويختلفون عن بعضهم بعضاً من حيث الحاجات والعادات.

○ لهذا ترى بعض الشركات أن من الأفضل لها التعامل مع قطاع (جزء) سوقي محدد، تكون قادرة بفاعلية كبيرة على التعامل معه وتقديم السلع والخدمات المطلوبة له.





تجزئة السوق

MARKET SEGMENTATION



السوق THE MARKET

- هو الأفراد. والمجاميع أو المنظمات الذين لديهم حاجات يرغبون بإشباعها ولديهم القدرة للحصول على تلك المنتجات الكفيلة بإشباع تلك الحاجات"



أنواع الأسواق

○ تصنف المنتجات إلى منتجات:

.1 استهلاكية:

.2 صناعية:

➤ المعيار الرئيسي في تمييز المنتجات الاستهلاكية عن الصناعية هو من خلال معرفة نوعية المشتري (من المشتري) والغرض من الشراء (لماذا يشتري)



MARKET SEGMENTATION تجزئة السوق

○ الاستراتيجية التي تتضمن تقسيم الأسواق الكبيرة والمختلفة إلى أسواق فرعية وصغيرة وأكثر تجانساً.

○ القطاع السوقي Market Segment : مجموعة من الزبائن الحاليين والمحتملين الذين تجمعهم **خصائص مشتركة** ذات علاقة في توضيح أو توقع استجابتهم إلى محفز تسويقي معين.



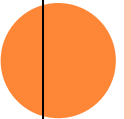
فرضيات تجزئة السوق

يستند مفهوم التجزئة إلى ثلاث فرضيات أساسية:

✓ أن المستهلكين مختلفون

✓ أن اختلافات المستهلكين لها صلة باختلافات طلب السوق

✓ أن قطاعات المستهلكين يمكن عزلها من بين السوق الإجمالي - الكلي



فوائد تجزئة السوق

- تحسين الموقع التنافسي للمنظمة .
- تلبية حاجات العملاء بصورة أفضل مما يفعله المنافسون .
- تصميم مزيج تسويقي وتنفيذه بكفاءة .
- وضوح الأهداف التسويقية .



CONSUMER MARKET

أساليب تجزئة سوق المستهلك
SEGMENTATION

- التجزئة الجغرافية
- التجزئة الديمغرافية
- التجزئة النفسية
- التجزئة السلوكية أو المنفعة



التجزئة الجغرافية GEOGRAPHIC SEGMENTATION

○ يقصد بالتجزئة الجغرافية تقسيم السكان إلى قطاعات متجانسة من حيث الموقع الجغرافي أو الكثافة السكانية (مثل سكان المدن أو القرى أو البادية، حضر أو ريف)



التجزئة الديموغرافية "السكانية" DEMOGRAPHIC SEGMENTATION

○ تقسيم السكان إلى مجموعات أو قطاعات متجانسة اعتماداً على:
العمر، الجنس، مستوى الدخل، المهنة، المستوى التعليمي، حجم
الأسرة، الديانة، الجنسية، دورة حياة الأسرة



التجزئة النفسية PSYCHOGRAPHIC SEGMENTATION

○ تقسيم السكان إلى مجموعات متجانسة من حيث التكوين النفسي للأفراد مثل: الشخصية، المحبة، الكراهية، مستوى المعيشة، القوة، التملك، حب السيطرة، القيادة، الطبقة الاجتماعية



التجزئة السلوكية أو المنفعة

BEHAVIORAL OR BENEFIT SEGMENTATION

ينقسم هذا النوع من التجزئة إلى قسمين رئيسيين:

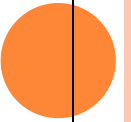
➤ نسبة الاستخدام Usage Rate

➤ حالة الولاء Loyalty State



المعايير الخاصة بوضع تجزئة فاعلة

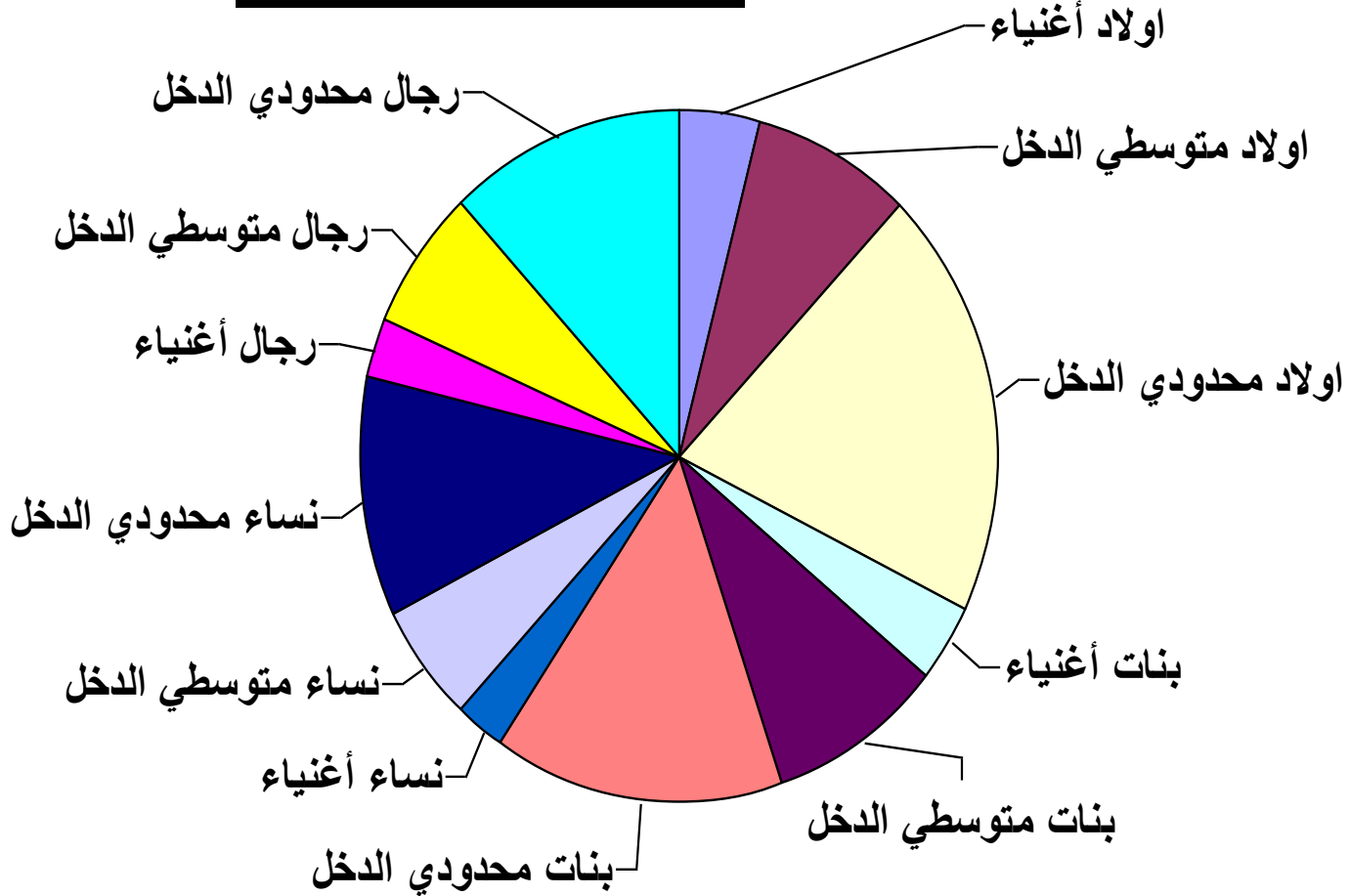
1. قابلة للقياس
2. أن تكون المنظمة قادرة أن تروج بفاعلية وكذلك خدمة القطاع السوقى
3. يجب أن تكون القطاعات السوقية كافية من حيث الحجم
4. يجب أن يتوافق عدد القطاعات مع إمكانية وقدرات المنظمة تسويقياً
5. سهولة الدخول لتلك القطاعات من حيث قنوات التوزيع



أمثلة توضيحية على تقسيم (تجزئة) السوق

هذه الأمثلة للتوضيح و لا تمثل دراسة دقيقة للسوق

تقسيم مبسط لسوق الملابس



تقسيم سوق المقاولات الإنشائية الصناعية

التخصص	قيمة الأعمال	شركات حكومية	شركات مساهمة	شركات خاصة
مدنية	<10,000			
	>10,000			
ميكانيكية	<10,000			
	>10,000			
كهربية	<10,000			
	>10,000			
مختلطة	<10,000			
	>10,000			

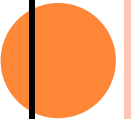
تقسيم سوق تجارة الخضار للمستهلكين

العميل	درجة الإعداد	محدودي الدخل	متوسطي الدخل	أغنياء
عائلات	غير معد			
	نصف معد			
	شبه جاهز			
عزاب	غير معد			
	نصف معد			
	شبه جاهز			



تقسيم سوق الحاسوب

المستخدم	طبيعة الاستخدام	المدن الرئيسية	الريف
أفراد	استخدام أكاديمي		
	استخدام منزلي		
مؤسسات	منشأة صغيرة		
	مؤسسة كبيرة		



تقسيم قرّاء المجالات العامة

العميل	القارئ	محدودي الدخل	متوسطي الدخل	أغنياء
سن صغير	5-8 سنوات			
	9-12 سنوات			
بالغين	قارئ عادي			
	قارئ مثقف و مهتم			

