

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Prepared by: Dr. Mona Moustafa Elashry

To

Faculty of Management
Midocean University

أثر التسويق على اداء مبيعات محلات الأثاث في مدينة جدة

أمانى عبد الله الحسن

2021206053

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي - 2024

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	3
1.1. المقدمة:	4
1.2. مشكلة الدراسة	5
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	5
1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي	6
1.3. أهمية الدراسة	6
1.3.1. على المستوى النظري:	6
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	7
1.4. أسئلة الدراسة	8
1.5. أهداف الدراسة	8
1.6. فرضيات الدراسة	8
1.7. نموذج الدراسة	8
1.8. منهجية الدراسة	9
1.9. الدراسة الميدانية	9
1.10. مخطط المشروع المقترح	9
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	0
2.1. المقدمة:	11
2.2. المتغير المستقل	11
2.3. المتغير التابع	11
2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	11
2.5. الخاتمة	11
قائمة المراجع	12

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

يشهد سوق الأثاث في المملكة العربية السعودية نموًا مستمرًا، نتيجة لعوامل متعددة. تشمل هذه العوامل التوسع في قطاع العقارات، وزيادة الطلب على العقارات السكنية، وجهود الحكومة لتحسين البنية التحتية الاقتصادية والاجتماعية. تتأثر مبيعات الأثاث بالتحضر، والتنمية الاقتصادية، والطلب المتزايد على الأثاث عالي الجودة الذي يمثل الثروة والوضع الاجتماعي داخل البلاد.

قام الباحثون بدراسة تأثير استراتيجيات التسويق على مبيعات الأثاث. على سبيل المثال، تمت دراسة فعالية استراتيجيات التسعير، وحملات الترويج، والتفاعل مع العملاء. يجد اللاعبون المنظمون في الصناعة نجاحًا من خلال حملات تسويق ذات ميزانية عالية، بما في ذلك تخفيض الأسعار وتقديم منتجات عالية الجودة بتكاليف أقل. ومع ذلك، قد يكون هناك نقص في الدراسات المحددة المتعلقة بفعالية التسويق في جدة، مما يسلط الضوء على الفجوة في البحث.

وعلى الرغم من نمو سوق الأثاث، إلا أن هناك نقصًا في البحوث الشاملة التي تركز بشكل خاص على جدة. تحديد الفجوات في الدراسات الحالية أمر بالغ الأهمية لفهم الديناميكيات الفريدة لهذه المنطقة. من خلال معالجة هذه الفجوات، يمكننا تعزيز فهمنا لتأثير استراتيجيات التسويق على مبيعات الأثاث في جدة.

يحمل هذا البحث أهمية بالغة بالنسبة لبائعي الأثاث والمستهلكين وصناع القرار. فهم الممارسات التسويقية الفعالة يمكن أن يؤدي إلى تحسين نتائج المبيعات، وتحسين تجربة العملاء، واتخاذ قرارات مستنيرة تساهم في النمو الشامل واستدامة سوق الأثاث في جدة.

1.2. مشكلة الدراسة

يشهد سوق الأثاث في المملكة العربية السعودية نموًا مستمرًا، نتيجة لعوامل مثل التوسع في العقارات وزيادة الطلب على العقارات السكنية وجهود الحكومة لتحسين البنية التحتية الاقتصادية والاجتماعية. أيضا تلعب المنصات الأجنبية للأثاث الداخلي دورًا كبيرًا في هذا النمو.

بالإضافة إلى ذلك، هناك طلب متزايد على الأثاث عالي الجودة الذي يمثل الثروة والوضع الاجتماعي داخل البلاد. أصبح أيضا الأثاث متعدد الاستخدامات أيضًا يحظى بشعبية نظرًا لميزاته في توفير المساحة وتنوع استخدامه. التجارة الإلكترونية اتجاهًا، حيث قامت متاجر التجزئة مثل "هوم سنتر" و "ايكيا" باطلاق متاجرها عبر الانترنت لتلبية احتياجات المستهلكين المتغيرة.

اصبح التوسع المستمر في البنية التحتية، بما في ذلك المباني السكنية والمراكز المجتمعية والمستشفيات والمؤسسات التعليمية، يخلق حاجة للأثاث الذي يلبي احتياجات محددة.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

قد تكون الدراسات السابقة قد أغفلت أو لم تستكشف بشكل كافٍ تأثير بعض المتغيرات مثل (استراتيجيات التسويق، جودة المنتج، التسعير) على مبيعات محلات الأثاث في جدة. تحديد هذه الثغرات سيساعد في المساهمة بتلبية احتياجات السوق و فهمنا لتأثير استراتيجيات التسويق على مبيعات الأثاث في جده.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

تشمل ضرورة دراسة تأثير المتغير الأول (استراتيجيات التسويق) على المتغير الثاني (مبيعات الأثاث) داخل مدينة جدة . فهم كيفية تأثير الجهود التسويقية المحددة على سلوك المستهلكين وقرارات الشراء في جدة . وهذا أمر بالغ الأهمية لاتخاذ قرارات مستنيرة واستراتيجيات أعمال فعالة.

- "ما هو تأثير استراتيجيات التسويق على مبيعات محلات الأثاث في جدة؟

1.3. أهمية الدراسة

كما ذكر سابقاً، يحمل هذا البحث أهمية بالنسبة لبائعي الأثاث والمستهلكين وصناع القرار. فهم الممارسات التسويقية الفعالة يمكن أن يؤدي إلى تحسين نتائج المبيعات، وتحسين تجربة العملاء، واتخاذ قرارات مستنيرة تساهم في النمو الشامل واستدامة سوق الأثاث في جدة.

1.3.1. على المستوى النظري:

تكمّن الأهمية النظرية في تحديد الفجوات في الدراسات السابقة. على الرغم من أن الأبحاث الحالية استكشفت استراتيجيات التسويق على نطاق واسع، إلا أن الإلمام بالتفاصيل المحددة المتعلقة بجدة قد يكون محدوداً. يمكننا اقتراح مفاهيم وإطارات جديدة تعالج هذه الفجوات. على سبيل المثال، يمكن أن يشمل ذلك دراسة سلوك المستهلكين المحلي، والتأثيرات الثقافية، ودور قنوات التسويق الرقمي في هذا السياق.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

من الناحية التطبيقية، يحمل بحثنا آثارًا على الممارسين واتخاذ القرارات. من خلال تحليل البيانات من سوق الأثاث في جدة، يمكننا تقديم توصيات قابلة للتنفيذ. يمكن أن تشمل هذه النصائح تحسين استراتيجيات التسعير، وتخصيص حملات الترويج، والاستفادة من ملاحظات العملاء. في النهاية، يمكن أن يوجه نتائجنا القرارات العملية التي تعزز أداء المبيعات ورضا العملاء.

1.4. أسئلة الدراسة

1.5. أهداف الدراسة

1.6. فرضيات الدراسة

1.7. نموذج الدراسة

1.8. منهجية الدراسة

1.9. الدراسة الميدانية

1.10. مخطط المشروع المقترح

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

قائمة المراجع

1. عبد اللطيف العزام، ت. (2009). قياس اثر إدراك موظفي البنوك التجارية الأردنية في مهارات التسويق على مستوى تداول البطاقات الائتمانية. مجلة بحوث التربية النوعية، 2009(13)، 267-290.
2. شراك، عبيد، & سامي. دور التسويق الإلكتروني في ترويج مبيعات مؤسسة موبيليس دراسة حالة: شركة موبيليس بمدينة ورقلة (Doctoral dissertation, univ-ouargla)
3. محمد أحمد الحبشي، م، & مايسة. (2011). دراسة أثر العوامل الاجتماعية والاقتصادية على اختيار وسائل الدعاية والإعلان في اتخاذ قرار شراء بعض السلع لعينة من الأسر المصرية. مجلة بحوث التربية النوعية، 2011(19)، 173-221.
4. محمد عبدالقادر، ع، عبدالقادر، ابراهيم دكروري، محمد عبدالعزيز، & شادي. (2023). إطار مقترح للعلاقة بين خصائص التكنولوجيا وملاءمة تكنولوجيا المهام وتبني تكنولوجيا انترنت الأشياء وأداء المبيعات الداخلية: دراسة تطبيقية. المجلة المصرية للدراسات التجارية، 47(2)، 263-292.

الملاحق:

استكمالا لنيل شهادة البكالوريوس في تخصص إدارة المشاريع فان من اهم مقومات اي بحث هو ان يكون مأخوذ من تجارب فعلية ومن واقع الحياة ولذلك انتشر بتقديم هذه الاستبيانات راجية منكم الإجابة على الأسئلة بكل دقة وموضوعية للوصول الى نتائج دقيقة لهذا الموضوع.

استبيان المتغير المستقل : التسويق

البيانات الشخصية

الجنس:

☐ ذكر ☐ أنثى

السن:

☐ 35-25 ☐ 46-36 ☐ 47 فما فوق

المستوى التعليمي:

☐ ليسانس ☐ ماجستير/دكتور ☐ دكتوراه ☐ تكوين خاص

سنوات الخبرة:

☐ أقل من 5 سنوات ☐ من 5 إلى 10 سنوات ☐ أكثر من 11 سنة

المحور الأول: وسائل التسويق الإلكتروني في مؤسسة موبيليس.

1- ماهي أكثر الوسائل استخداما في عملية التسويق الإلكتروني؟

☐ البريد الإلكتروني

☐ الموقع الإلكتروني

☐ الرسائل النصية sms

☐ مواقع التواصل الاجتماعي

2- ماهي محتويات الموقع الإلكتروني لمؤسستكم؟

☐ عرض لمختلف خدمات المؤسسة

☐ التواصل مع الشركاء والزبائن

☐ تسديد الفواتير على الخط

☐ عرض لمختلف نشاطات المؤسسة

المحور الثالث: أهمية التسويق الإلكتروني لدى مؤسسة موبيليس.

9- ما مدى اعتماد مؤسستكم على عملية التسويق الإلكتروني؟

☐ درجة كبيرة

☐ درجة متوسطة

☐ درجة ضعيفة

10- ماهي اهم الخدمات التي يقدمها التسويق الإلكتروني لمؤسستكم؟

☐ تعريف الزبون بالمنتجات

☐ التعريف بمختلف الخدمات بشكل دقيق

☐ سرعة الوصول الى الجمهور

11- ماهي الأساليب التي تستخدمها مؤسستكم لمعرفة نجاعة التسويق الإلكتروني؟

☐ سبر الآراء

☐ زيادة الطلب

☐ رد فعل المستهلك

☐ نسبة المبيعات

12- هل تعتمد مؤسستكم على التسويق الإلكتروني أكثر من التسويق التقليدي؟

☐ نعم

☐ لا

المتغير التابع: المبيعات

مجلة بحوث التربية النوعية – العدد الثالث عشر – يناير ٢٠٠٩

الرقم	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق
١٩	اعمل دائما على اختيار الكلمات المناسبة واستخدام ذبرة الصوت المناسبة عندما اتحدث مع العميل					
٢٠	ان الموظف الناجح يجب ان يحرص على استمرار العلاقة مع العميل المرتقب					
٢١	ان نجاح عملي يتطلب تقديم الاجابات الدقيقة عن استفسارات العملاء					
٢٢	يتطلب عملي القيام بزيارات دائمة للعملاء والاستماع لآرائهم بعد البيع					
٢٣	يتطلب عملي تحديد العملاء المستهدفين وتصنيفهم وتقديم الخدمة المناسبة لكل منهم					
٢٤	تعتبر سرعة تقديم الخدمة احدى مقومات نجاح عملي					

الاساسية في بيع البضائيات الانتهازية.

الرقم	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق
١	يتطلب عملي درجة من الصبر والمثابرة والقدرة على ضبط النفس					
٢	ان فشلي في المحاولات الاولى للبيع لا يثنيني عن مواصلة المحاولة					
٣	يتطلب عملي اللباقة في التعامل مع العملاء					
٤	يتطلب عملي درجة عالية من الاخلاص والالتزام نحو المؤسسة التي اعلم لديها					
٥	يتطلب عملي القدرة على التأثير على العملاء واقتناعهم					
٦	يتطلب عملي الاهتمام بملابسي وهندامي					
٧	يتطلب عملي مستويات عالية من الجدية والحماس					
٨	ان عملي يحتاج الى قدر كبير من التخطيط والبرمجة					
٩	احاول إنهاء عملي اليومي قبل مغادرتي العمل					
١٠	ان الوقت والمال وجهان لعملة واحدة					
١١	غالبا لا تأخر عن مقابلة العملاء في المواعيد المحددة معهم مسبقا					
١٢	ان كثرة الاعتراضات التي يثيرها العميل تقودني الى وقف التعامل معه					
١٣	ان كسب ثقة العميل المرتقب يعتبر عاملا اساسيا في نجاح العملية البيعية					
١٤	يتطلب عملي التكيف مع نوعيات العملاء المختلفة					
١٥	احاول دائما ان يكون مظهري وتصرفاتي ورنود افعالي ضمن العادات والتقاليد السائدة					
١٦	يتطلب عملي المعرفة التامة والتفصيلية بمضمون الخدمة التي اقدمها					
١٧	اقوم دائما بنقل مقترحات وآراء العملاء لادارة البنك					
١٨	اعمل قصارى جهدي لتلبية كل ما يحتاجه العميل من خدمات					

مع أطيب الأمنيات بالنجاح والتوفيق

It`s Never Too Late to START. Just Begin!

Best of Luck 😊 *Dr. Mona Moustafa Elashry*

