

جامعة باجي مختار عنابة  
كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية

# المحاضرة الخامسة

## معرفة السوق وتجزئته

18/11/2025 السنة الثانية علوم تجارية الساعة: 13.30 سا الأستاذة بلعرج

# محتوى المحاضرة

أولاً: ماهية السوق وتصنيفاته

1- تعريفه

2- تصنيف الأسواق

3- هيكلية الأسواق

ثانياً: تجزئة السوق

1- تعريفها

2- فوائد تجزئة السوق

3- معايير تجزئة الأسواق

# تعريف السوق وتصنيفاته

يعرف السوق بأنه : " كل الأشخاص فرادى أو جماعات الذين يشكلون الزبائن الفعليين والمحتملين لسلعة معينة في منطقة جغرافية محدودة، خلال فترة زمنية معينة، هؤلاء الأشخاص لديهم الحاجة والرغبة في السلعة ويمتلكون الموارد اللازمة لإتمام عملية التبادل ".

**تصنيف الأسواق:** هناك عدة معايير لتصنيف الأسواق منها:

➤ حسب نوع المشتري والغرض من عملية الشراء:

❖ سوق السلع الصناعية

❖ سوق السلع الاستهلاكية

➤ حسب حجم أو سعة الأسواق:

❖ الأسواق الكبيرة جدا

❖ الأسواق الصغيرة جدا

# هيكلة الأسواق

- الأسواق المفتوحة : سهلة الدخول وغير مهيكلة، ولا تخضع لأي قيد قانوني.
- الأسواق المغلقة: هناك عدة حواجز تمنع دخولها.
- الأسواق المجزأة: فيها العديد من العلامات التي تتقاسمها.
- الأسواق المركزة حول علامة ما: فيها عدد قليل من العلامات المهيمنة على السوق.

# دورة حياة الأسواق

• تتكون من أربعة مراحل أساسية وهي:

□ الانطلاق: ظهور السوق إلى الحياة أي ظهور منتج جديد يشبع حاجة لم تكن معروفة من قبل.

□ النمو: نمو السوق من خلال زيادة مسالك التوزيع.

□ النضج: هنا يجذب عدد كبير من المؤسسات نحو إنتاج هذا المنتج، ويصبح العامل الحاسم للتنافس هو السعر.

□ الاضمحلال: تراجع المبيعات

# تعريف التجزئة السوقية وفوائدها

تجزئة السوق هي: " عملية تقسيم سوق الزبائن المحتملين إلى مجموعات فرعية متجانسة، ويمكن تمييز هذه المجموعات عن بعضها البعض من خلال أنماط سلوكها، مواقفها، خصائصها السكانية ".  
القطاع السوقي هو : " مجموعة من الزبائن الحاليين والمتوقعين أو المرتقبين الذين تجمعهم صفات مشتركة وخصائص متشابهة تؤثر على موقفهم تجاه السلعة أو تجاه الأنشطة التسويقية المختلفة ".

## فوائد التجزئة:

- تحسين العلاقات مع الزبائن
- مزيج تسويقي دقيق
- تخصيص الموارد
- تحليل المنافس
- التخطيط الاستراتيجي للتسويق

# معايير تجزئة السوق

➤ **المعايير الجغرافية:** تقسم السوق إلى وحدات جغرافية مختلفة مثل الدول، المناطق، المدن، أو الأحياء.

➤ **المعايير الديموغرافية:** تعتمد على خصائص قابلة للقياس بسهولة مثل العمر، الجنس، الدخل، التعليم، حجم الأسرة، والمهنة.

➤ **المعايير النفسية:** تقسم العملاء بناءً على خصائصهم الشخصية مثل نمط الحياة، الطبقة الاجتماعية، أو السمات الشخصية.

➤ **المعايير السلوكية:** يقسم السوق بناءً على معرفة العملاء بالمنتج، مواقفهم تجاهه، استجاباتهم، أو استخدامهم له.