

التسويق MARKETING كلمة تتألف من مصطلحين وهما 'MARKET' التي تعني السوق و'ING' تعني داخل أو ضمن، وهي كذلك كلمة مشتقة من الكلمة اللاتينية 'Mercatus' ومعناها السوق وكلمة السوق مشتقة من 'Mercari' ومعناها المتاجر، والتسويق لغة طلب السوق للبضائع والخدمات، وسوق البضاعة أي صُدرها أي طلب لها سوقا. ارتبط تعريف التسويق سابقا بعمليات البيع والشراء أو الإعلان أو أي من النشاطات التسويقية أما الآن تطورت المفاهيم التسويقية وأصبح المفهوم المعاصر للتسويق يشتمل على كل ما يتعلق بخلق المنفعة وإشباع الحاجات والرغبات. التسويق باختصار هو " تلبية الاحتياجات بشكل مربح". ويعتبر أول تعريف حظي بقبول واسع من الأكاديميين هو ذلك التعريف المقدم من الجمعية الأمريكية للتسويق 'AMA' سنة 1960 بأن التسويق هو: "جميع أنشطة الأعمال التي توجه تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك النهائي أو المستعمل 4 لكن رغم أهميته فقد تعرض للعديد من الانتقادات أهمها: – أنه تجاهل دور التسويق في المؤسسات الخدمية التي ال تهدف إلى تحقيق الربح؛ – أنه لم يحدد أنشطة مؤسسات الأعمال؛ – قلل التعريف من دور رجل التسويق في العملية التسويقية؛ – أهمل دور المستهلك في التأثير على عملية الإنتاج حيث اعتبره مرحلة الحقبة يأتي بعدها. لذلك قامت الجمعية الأمريكية للتسويق سنة 1985 بوضع تعريف ثاني للتسويق بغية تجنب فقالت أن ه: " العملية الخاصة بالتخطيط، الأفكار أو السلع أو الخدمات اللازمة إلتمام عملية التبادل، وهي التي تؤدي إلى إشباع حاجات الأفراد هو " عملية تحديد الاحتياجات وتلبيتها بالسلع أو الخدمات المناسبة، 6 خالل تصميم المنتج وتوزيعه والترويج له، إما كعمل تجاري أو كمنظمة غير ربحية". كما عرفت دائرة التسويق في جامعة Ohio الأمريكية التسويق بأنه: "العملية التي توجد في المجتمع والتي يمكن بواسطتها التنبؤ وزيادة وإشباع هيكل الطلب على السلع والخدمات الاقتصادية من خالل: والتوزيع المادي لتلك السلع والخدمات". كما أضاف Kotler Philip أن التسويق باختصار هو: " النشاط الإنساني الذي يهدف إلى إشباع من خالل التعاريف السابقة يتضح أن المفهوم التسويقي يقوم على مرتكزات أساسية أهمها: – أن التسويق ينطلق ويقوم على حاجات ورغبات المستهلكين؛ – أن يتم التركيز على أن المستهلك أساس بناء الاستراتيجيات التسويقية؛ – أن التسويق يجب أن يكون هو الموجه الأساسي لفلسفة المنظمة؛ – أن الوظائف الإدارية داخل المنظمة يجب أن تتكامل مع التسويق لتحقيق أهداف المنظمة؛ – أن التخطيط الجيد ودراسة السوق من مقومات نجاح الوظيفة التسويقية؛ – أن مسؤولية التسويق والاهتمام به يتعلق بكل المستويات داخل المنظمة؛