

جمهورية السودان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة البحر الأحمر

كلية الدراسات العليا والبحث العلمي

دور نظم المعلومات التسويقية في اتخاذ قرارات التسويق
(دراسة حالة مجموعة دال للصناعات الغذائية بولاية الخرطوم)

بحث تكميلي مقدم لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال

إعداد : رندا احمد عبدالرحيم احمد

إشراف الدكتور ه : فاطمه سراج الدين الجزولي

٢٠١٨م - ١٤٣٩هـ

قائمة الموضوعات

رقم الصفحة	عنوان الموضوع
أ	البسملة
ب	الاستهلال
ج	الإهداء
د	الشكر والتقدير
هـ	قائمة الموضوعات
ز	قائمة الجداول
ح	قائمة الاشكال
ط	ملخص الدراسة
ي	Abstract
١	المقدمة
٢	أولاً : أساسيات البحث
٦	ثانياً : الدراسات السابقة
١٠	الفصل الأول : نظم المعلومات الوظيفية
١١	المبحث الأول : مفهوم النظام ونظم المعلومات الوظيفية
١٨	المبحث الثاني : نظم المعلومات التسويقية
٣٢	المبحث الثالث : اتخاذ القرارات
٤١	الفصل الثاني : دراسة الحالة
٤٢	المبحث الأول : نبذة عن مجموعة دال للصناعات الغذائية وهيكل المعلومات المنظمة
٤٥	المبحث الثاني : نظم المعلومات التسويقية وإدارة التسويق بالمنظمة
٥٣	الفصل الثالث : الدراسة الميدانية
٥٤	المبحث الأول: إجراءات الدراسة الميدانية
٦٥	المبحث الثاني : تحليل بيانات الدراسة
٧٥	المبحث الثالث : مناقشة الفرضيات
٨٤	الخاتمة

٨٥	النتائج
٨٦	التوصيات
٨٨	المصادر والمراجع
٩١	الملاحق

ملخص الدراسة

تناولت الدراسة دور نظم المعلومات التسويقية في اتخاذ قرارات التسويق وهدفت الدراسة إلى توضيح أهمية المعلومة في عملية صنع واتخاذ قرارات التسويق بالإضافة إلى التعرف على النظام وأنظمة المعلومات المختلفة داخل شركة دال للصناعات الغذائية .

لاختبار الفرضيات استخدمت الباحثة كلاً من المنهج الوصفي التحليلي والتاريخي بالإضافة إلى منهج دراسة الحالة .

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

- تتحصل الشركة على معلوماتها التسويقية عن طريق المسح الميداني .
- تتيح المعلومات المتوفرة التعرف على البيئة التسويقية السائدة .
- الأجهزة المستخدمة في نظام المعلومات التسويقية تعتبر من الأجهزة ذات الكفاءة العالية .
- البرامج المستخدمة في نظام المعلومات التسويقية ذات مرونة عالية .

كما أوصت الدراسة بالآتي :

- التعرف على مجموعة دال للصناعات الغذائية معرفة المشاكل والقيود التي تؤثر سلباً في تطبيق نظم المعلومات التسويقية داخل النظام والخروج بأساليب ورؤية واضحة تساعد على تطوير النظام .
- الاهتمام بتدريب العاملين في نظام المعلومات التسويقية من خلال قيام دورات تدريبية .
- الاستفادة من نظام المعلومات التسويقية بإتباع الأساليب الحديثة المتطورة في عملية إعداد وصنع واتخاذ القرارات التسويقية الرشيدة .

Abstract

The study is focussing on the role of marketing information system in decision making processes, in addition to awareness about the different information system for Dall Food Industries.(D FI).

for the test of hypothesis the company obtains data by field survey .

Conclusion :

The study concluded by the following results .

- The company obtains its marketing informations by field survey .
- The available informations allows an insight into the prevailing marketing environment .
- The equipments used in marketing information system are advanced and efficient .

The most important recommendations were:

- It is must for Dall Group to investigate and to be aware about the obstacles affecting proper implementation of marketing information system and to have a clear vision for the development of the system .
- proper of training of staff of company in advanced programs in marketing information system by continuous work shops.
- Implementation of the updated advanced proper marketing information system in planning and decision making .

اولاً النتائج :

من خلال دراسة دور نظم المعلومات التسويقية في اتخاذ قرارات التسويق توصلت الباحثة إلى

عدد من النتائج أهمها :-

١- غالبية أفراد العينة توافق على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين توفر المعلومات

وفاعلية القرارات التسويقية وذلك من خلال الآتي :-

- تتحصل الشركة التسويقية على معلوماتها التسويقية عن طريق المسح الميداني .
- تتحصل الشركة على معلوماتها التسويقية عن طريق المقابلات الشخصية مع المستهلكين .

- تساعد المعلومات التي يتم الحصول عليها التعرف على حدود المخاطرة للشركة .

٢- غالبية أفراد العينة توافق على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين توفر المعلومات عن

النشاط التسويقي وقدرة المنظمة على التكيف مع محيطها وذلك من خلال الآتي:-

- تسعى الشركة دائماً المحافظة على المستهلك وكسب ولائه وذلك عن طريق إشباع حاجاته والتحسين المستمر في المنتجات .
- تحرص الشركة على جمع البيانات والمعلومات عن منافسيها في السوق لرفع والتحكم في الاسعار

- تسعى الشركة دائماً مواكبة التطور التكنولوجي للاستفادة منها الأنشطة التسويقية .

- تتيح المعلومات المتوفرة التعرف على البيئة التسويقية السائدة .

- تتيح المعلومات المتوفرة للتعرف على النواحي السياسية السائدة .

٣- غالبية أفراد العينة توافق على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات

التسويقية وكفاءة العاملين عليه والأجهزة والبرمجيات المستخدمة .

- يتمتع العاملون في نظام المعلومات التسويقية بمستوى فني يتناسب والمهام المطلوبة منهم
- الأجهزة المستخدمة في نظام المعلومات التسويقية تعتبر من الأجهزة ذات الكفاءة العالية
- البرامج المستخدمة في نظام المعلومات التسويقية ذات مرونة عالية .

ثانياً : التوصيات

من خلال الدراسة توصلت الباحثة إلى التوصيات التالية :

١. ينبغي على مجموعة دال للصناعات الغذائية معرفة المشاكل والقيود التي تؤثر سلباً في تطبيق نظم المعلومات التسويقية داخل النظام والخروج بأساليب ورؤية واضحة تساعد على تطوير النظام .
٢. ينبغي على مجموعة دال للصناعات الغذائية تبني مفهوم التخطيط المستقبلي باستخدام نظام المعلومات التسويقية داخل المجموعة وربطه مع بقية الإدارات والأقسام بضوابط تمنع حدوث القيود والمعوقات .
٣. ينبغي على مجموعة دال للصناعات الغذائية تحديد المسؤوليات وتوضيح ماهو متاح وما هو غير متاح في نظام المعلومات التسويقية داخل المجموعة لكي يجعل العمل يسير بصورة مرضية .
٤. ينبغي على مديري المجموعة إشراك العاملين في عملية تصميم نظام المعلومات داخل المجموعة حتى يزيد ذلك من كفاءة النظام العامل .

٥. ينبغي على مجموعة دال للصناعات الغذائية استقطاب الكوادر المؤهلة من ذوي الخبرة والمعرفة بالنظام من الفنيين والمبرمجين والمخططين ومحللين النظم والقادرين على القيام بهذه المهمة لرفع من مستوى أداء النظام .
٦. لابد للمجموعة الاهتمام بمعالجة المعوقات الإدارية والتشغيلية حتى يكون هنالك دور اكبر وفاعل في استخدام نظام المعلومات التسويقية .
٧. الاهتمام بتدريب العاملين في نظام المعلومات التسويقية من خلال قيام دورات تدريبية.
٨. الاستفادة من نظام المعلومات التسويقية بإتباع الأساليب الحديثة المتطورة في عملية إعداد وصنع واتخاذ القرارات التسويقية الرشيدة .
٩. تطوير نظم المعلومات التسويقية لتلائم وتلبي احتياجات مختلف مستويات الإدارة بالمعلومات والتقارير عند الطلب .
- ١٠ . ينبغي على ادارة نظم المعلومات في المجموعة الاهتمام ودعم الجوانب الايجابية لنظم المعلومات الحديثة لما لها من تأثير جيد على أداء العاملين .

اقتراحات لدراسات مستقبلية :

الاستفادة من العلوم النظرية ترى الباحثة استمرار البحث في الآتي :

١. علاقة نظام المعلومات التسويقية بالجودة الشاملة
٢. دور بحوث التسويق في اتخاذ القرار الاستراتيجي .
٣. المعلومة التسويقية وأهميتها في المؤسسة .