

بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة الشيخ عبد الله البدري



كلية التكنولوجيا

قسم التقنية الإجتماعية

التخصص نظم معلومات محاسبية مصرفية

المستوى السادس

بحث تكميلي لنيل درجة الدبلوم التقني بعنوان :

أثر تطبيقات الحاسوب في تسويق المنتجات

1 - هند عادل

2 - ماريا جلال

3 - هبة الطاهر

4 - أبوبكر جي

5 - عوض الله مصطفى

إشراف :

الاستاذ : اسماعيل ابراهيم عمر

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## الآية:

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لِيَأْكُلُوا أَمْوَالَ  
النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ  
وَالْفِضَّةَ وَلَا يَنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ ﴾

صدق الله العظيم

[التوبة: 34]

# الاهداء

إلى أمي الحبيبة رمز الوفاء والمحبة والحنان إلى أبائي وأحبائي نبع  
سعادتي الجميلة وأساتذتي الأجلاء إلى كل من يسعد  
لنور العلم إلى من يسعد لنور الهدى إلى كل من يسعد إلى غد  
أفضل فلهم منا جزيل الشكر وتحية أعدار وتقدير

# الشكر والعرفان

الشكر أولاً وأخيراً لله تعالى نتقدم بخالص الشكر والتقدير لكل من ساعدنا في إنجاز هذا البحث والشكر لأساتذتنا الأجلاء بكلية الشيخ عبد الله البدري ونخص بالشكر الأستاذ إسماعيل الذي لم يدخر جهداً في توجيهنا وإرشادنا لكل طيب ومفيد الأستاذ / إسماعيل ابراهيم عمر والشكر والتقدير لكل من قدم لنا يد العون حتى يرى هذا البحث المتواضع النور نتمنى أن يكون هذا البحث قطرة في بحر العلم والمعرفة .

## خطة البحث

### المقدمة :

أثر تطبيقات الحاسوب في تسويق المنتجات وهذه الخطة تشتمل على محتويات ونقاط وهي :-

المقدمة

مشكلة البحث

أهمية البحث

مجتمع البحث

الفروض

ادوات جمع البيانات

التبويب

النتائج والتوصيات

المصادر والمراجع

الفهرس

الخاتمة

## مقدمة :-

يعتبر التسويق الإلكتروني أحد أهم الوسائل للحفاظ على تواصل دائم مع العملاء لأي شركة ، وهو وسيلة فعالة مقارنة مع الكلفة المدفوعة حيث يعتمد التسويق الإلكتروني على شبكة الانترنت كوسيلة اتصال سريعة وسهلة وزيادة المبيعات اعتمدت على اقتصادية الحجم . أما عند استخدام عناصر التسويق الإلكتروني لتطوير حركة السياحة فهذا يعد ركيزة أساسية من أجل تطوير المبيعات السياحية ونظرا لتطور العالم وتطور اساليب عيشه اصبح هناك ما يعرف بالتسويق عبر الانترنت وكانوا يعتمدون قديماً على ترويج السلعة وتسويقها على أرض الواقع وجهاً لوجه ، أما اليوم فهم يروجون للسلعة وتسوق عبر شبكات الانترنت حول العالم كله وليس فقط على محيط معين ، اصبح التسوق عبر الشبكة العنكبوتية الانترنت نوعاً من الأساليب الجديدة في عالم التسويق والبيع فهناك عدة مواقع تهتم في ترويج وتسويق السلع والمنتجات عبر شبكة الانترنت والأجهزة الرقمية والهواتف المحمولة دون الحاجة إلى اوراق وتعتمد طرق نجاح التسويق على خبرة موظف الميزانية المالية المحدودة وطرق التسويق المتبعة وعملية التسويق الإلكتروني تحتاج إلى العديد من الأدوات لتجعل التسويق ذا فعالية ناجحة ، وهذه الأدوات تتمثل في محركات البحث الإلكترونية لعرض المنتج بالتفصيل وكيفية عملية الشراء والتواصل وبرنامج التسويق الذي يعرض مواصفات المنتج الكاملة . والبريد الإلكتروني للتواصل بين موظف التسويق والعميل وعمل الدعاية الإلكترونية لعرض المنتج بطرق ملفتة للعميل ، كما يعتبر التسويق الإلكتروني من أهم متطلبات العصر ، ويقوم العديد من أصحاب الشركات بإنشاء مواقع على الإنترنت ويهدف تقديم خدماتها وتقديم محتوى حصري على الرغم من ذلك لم تحقق النجاح المطلوب على شبكة الانترنت ، وذلك لعدم توفير أهم عنصر من عناصر نجاح الموقع وهو التسويق الإلكتروني .

## مشكلة البحث

هنا مشاكل تواجه المسوق عبر الانترنت ، هذه المشاكل تتلخص في مشكلتين :

أ- المشكلة الأولى : هي ضعف الثقة بين المسوق والعميل صاحب الحملة أو صاحب المنتج أو الشركة .

ب- المشكلة الثانية : هي استخدام طرق تسويق قديمة او غير مجدية وأصبحت لا تؤتي ثمارها من خلال استخدام الراديو .

## أهمية البحث

تناولت أهمية الدراسة بحث موضوع مفهوم التجارة الالكترونية والخدمات التي تقدمها هذه التجربة الالكترونية للعملاء الذين يتعاملون عن طريق الانترنت لشراء احتياجاتهم او التسويق عبر الانترنت ، مدى اهمية مواكبة هذه التقنية الحديثة التي تتيح لك التسويق وانت في منزلك والتجول من موقع إلى آخر .

## مجتمع البحث

الإدارة والعاملين بمحلية بربر / ولاية نهر النيل / السودان

## منهج الدراسة

سوف يتبع في هذا البحث المنهج الوصفي أو التحليلي ، دراسة الحالة .

## فروض البحث

- أ- يؤدي استخدام التجارة الالكترونية إلى تخفيض تكاليف السوق .
- ب- عدم استخدام التجارة الالكترونية يؤثر سلبياً على أداء المنشأة .
- ج- هناك علاقة بين حجم نشاط الشركة واستخدامها للتجارة الالكترونية .

## أدوات جمع البيانات

الاستبيان

المقابلات

المراجع والكتب

## **الفصل الثاني**

**المبحث الأول : تعريف التسويق الالكتروني**

**المبحث الثاني : مراحل التسويق الالكتروني**

**المبحث الثالث : فوائد التسويق الالكتروني**

## مقدمة :-

شهدت الاعوام القليلة الماضية ثورة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الالكترونية وذلك نتيجة للتطور السريع والمتنامي للتبادل الالكتروني للبيانات والذي يشمل البريد الالكتروني وشبكة المعلومات والاتصالات الدولية (( الانترنت )) والتي تؤثر جميعها تأثيراً جذرياً على الطريقة التي يتم بها إجراء المعاملات والصفقات التجارية ، اذا يحل التبادل الالكتروني للبيانات محل المستندات الورقية على نحو متزايد .

وهذا التطور والتغيرات التي شهدها العالم شملت تغيرات في أسلوب الحياة بالعمق والشمول والسرعة التي تشهدها الدولة نتيجة ثورة تكنولوجيا الاتصالات الحديثة وتفاعلها في كافة القطاعات والمؤسسات حيث أصبح كثير من الاعمال خلال السنوات القليلة الماضية تحولت أشكالها من حيث استخدام القنوات التقليدية إلى استخدام اكثر مرونة وسهولة وانتشاراً .

إن الدخول إلى الانترنت والتجارة الالكترونية واستخدامها من الامور ذات الأهمية وخاصة تلك السياسات المتعلقة بالبنية الأساسية لقطاع الخدمات ، ومنها نظم الاتصالات والتمويل والسادد والتوزيع والتسليم ، تؤثر سياسات الاتصالات تأثيراً مباشراً في تكاليف المنافسة بين شركات تقديم الاتصالات السلكية واللاسلكية إلى تخفيض سعر المكالمات الهاتفية المحلية بصورة بارزة ، الأمر الذي يشجع على استكشاف معلومات ومنتجات وفروض وأعمال جديدة من خلال الدخول مباشرة إلى الشبكة .

كما ان شبكة الانترنت التجارية الالكترونية تغيرات العلاقة فيما بين الحكومات ودوائر الأعمال والموظفين بشتى البلدان مع تزايد السعلة لمساحة السوق الاقتصادي .

ويمتد تأثير التجارة الالكترونية إلى سوق العمل حيث من المزمع أن يتم الاستغناء من بعض الخطوات الوسيطة التي كان اشغالها فيما سبق في التعاملات التجارية بما ينتج في هذه الحالة أن يقوم المستهلك مباشرة بالاتصالات بالمنتجين ، وهو ما سيف بخلل من فروض

الاعتماد على شبكات التوزيع وتجارة الجملة وربما يصل تأثير ذلك بعض السلع إلى تجارة التجزئة أيضاً .

## تعريف السوق الإلكتروني<sup>1</sup> :-

يعرف السوق الإلكتروني بأنه البيع والشراء والتسويق يقدم المعلومات للزبائن من خلال الشبكة الحاسوبية المتنوعة .

وتستخدم منظمات الأعمال الحديثة شبكات حاسوبية منفردة مثل الانترنت والاكستيرانت وشبكات القيمة المضافة وغيرها للقيام بجميع عملياتها التجارية ويشمل ذلك كل العمليات بدءاً بالترويج والاعلانات عن المنتجات والخدمات والاستخدام الوسائط المتعددة ، وتوفير المعلومات عن هذه المنتجات والخدمات ما بعد البيع للزبائن وغير ذلك من العمليات من خلال الشبكة العالمية والانتهاه بعمليات البيع والدفع الآمن عبر الانترنت .

أصبح الانترنت الآن يلعب دوراً كبيراً في حياتنا اليومية حيث أنه أصبح مصدر مهم للحصول على المعلومة بشكل سريع منافس في ذلك الوسائط التقليدية في نشر الأخبار مثل الجرائد والمجلات والاذاعات المرئية والمسموعة مما يساعد أصحاب الشركات والمؤسسات في معرفة احتياجات السوق والعملاء المستهدفين والعمل على تحقيقها .

تزداد الأهمية للسوق الإلكتروني يوماً بعد يوم لزيادة أعداد المستخدمين للإنترنت كل يوم حيث وصلت نسبة الأشخاص الذين يبحثون عن السلع وخدمات الشراء في محركات البحث إلى 84.8 % ، منهم من يبحث عن المعلومات ومنهم من يبحث عن سلع لشرائها تقول أن 72 % من كبار رجال التسويق والمديرين التنفيذيين في جميع انحاء العالم يخططون لزيادة الإنفاق على التسويق الإلكتروني بحيث من الأهم متطلبات العصر يقوم العديد من أصحاب الشركات بإنشاء موقع الانترنت بهدف تقديم خدماتها وتقديم محتوى شبه حصري على الرغم من ذلك لم الارباح على شبكة الانترنت وذلك لعدم توفر أهم عنصر من عناصر نجاح المواقع وهو التسويق الإلكتروني ، من أهم الخطوات بعد إنشاء موقع عمل

<sup>1</sup>د. محمد نور برهان / محمد الفيومي / تطبيقات الحاسوب في تسويق المنتجات

حملة تسويقية على الحصول الأهداف وعدد كبير من رواد الانترنت لذلك يجب أن تلجأ الشركة تسويق تقوم بعمل حملة للتسويق وإدارتها<sup>2</sup> .

## مراحل التسويق الإلكتروني :-

### أولاً : مرحلة التسعير :-

تعتبر مرحلة التسعير المنتج من المراحل الهامة في عملية التسويق حيث يتوقف على سعر المنتج أشياء متعددة فسعر المنتج قد يؤدي إلى زيادة الاقبال على شراء أو العكس فيجب تحديد سعر المستهلك أنه سعر عادي ومناسب له لقدرته على الشراء ويتوقف سعر المنتج على بعض العوامل منها تكلفة المنتج وتغطية مصاريفه .

تحديد نسبة ربح مناسب على المنتج لا يؤدي إلى ارتفاع سعره ، يجب دراسة مرحلة التسعير بحيث لا يرى العملاء أن السعر غير مناسب فهناك بعض العملاء يبحثون عن المنتجات الأقل سعراً التي تناسب احتياجاتهم وقدراتهم فيجب اكتساب هؤلاء العملاء من خلال تقديم السعر المناسب الذي يبحثون عنه ، يمكنك عمل أسعار تنافسية للمنتج الخاص بك من خلال عرض كميات كبيرة بأسعر أقل وذلك يؤدي إلى زيادة المنافسة على المنتج الخاص بك مع تحسين جودة المنتج وتقديم عروض تنافسية .

عمل أسعار مختلفة بين الصعود والهبوط لمنتجك ومعرفة ماهو السعر المناسب للمنتج بحيث يكون سعر البيع مرن وليس ثابتاً فيمكن تغيير السعر وفقاً لسياسة العرض والطلب .

والسمة الأبرز في مرحلة التسعير هي جعل المنتج وسيولته في السوق وتقديم عروض مناسبة للجمهور بأسعار منخفضة ، تعتبر مرحلة التسعير المنتج من أهم مراحل التسويق حيث أن سعر المنتج يؤثر بشكل واضح على تسويقه .

### ثانياً : مرحلة التطوير :-

تعد مرحلة التطوير وتحديث المنتج من المراحل الهامة التي تزيد من اقبال المستهلك على المنتج ويعتمد على معرفة رغبات الجمهور وتلبية هذه الاحتياجات بحيث يتم تطوير المنتج

وتغيير شكله ما إلى ذلك بشكل مستمر ويكون ذلك بعد دراسة شاملة لتطوير وتحديد المنتج بشكل يلبي متطلبات الجمهور .

### **ثالثا : مرحلة بحث السوق :-**

تهدف مرحلة بحث السوق ومعرفة متطلبات وعناصر السوق إلى إنتاج أفضل حيث بهدف معرفة بيع السوق منتجاتك من المبيعات السوق وتتصل طرق السوق فيها :-  
الهدف من متابعة السوق ومعرفة المنتجات الأخرى المنافسة لك ومدى الاقبال على منتجات ومقارنة ذلك المنتجات .

### **رابعا : مرحلة التوزيع :-**

هي توزيع المنتج في السوق إنتقال المنتج من المصنع إلى الجانب ومن ثم المستهلك والبيع بهدف إقناع العملاء من خلال تطوير بشكل مناسب .  
وتدخل في مرحلة التوزيع الدعاية والاعلان للمنتج ويفضل أن تكون الدعاية الخاصة بالمنتج دقيقة وتوفير البيع عن طريق المعارض التجارية .

### **خامسا : مرحلة العلاقات التسويقية :-**

تهدف هذه المرحلة لعمل الدعاية المناسبة للجمهور ومحاولة ترويج المنتج من خلال الدعاية والاعلانات وعرض الميزات الخاصة بالمنتج وتنقسم الدعاية والاعلانات إلى :-  
- دعاية مطبوعة : هي الدعاية المنشورة بمزايا المنتج ويتم توزيعها على المستهلك .  
- دعاية مرئية : تمثل في الاعلانات عن المنتج في الجرائد وغيرها من وسائل التواصل مع الجمهور ويجب أن تكون الدعاية لها نقاط محددة وهدف يتم توصيله للجمهور<sup>4</sup> .

تكون العلاقات مع الجمهور من خلال التعرف على آرائهم حول المنتج وتلقي أي شكاوي من الجمهور من خلال وسائل الاتصال المختلفة وتوفير خدمة عملاء مميزة .

### **فوائد التسويق الإلكتروني □ :-**

- التفاعل يبقى متواصلاً ومفتوحاً في أي وقت .
- ربح ثقة العملاء والحصول على عدد كبير منهم .
- تحقيق لربح ذو سقف عالي .
- الشروط القانونية لسهولة عملية البيع والشراء .
- حماية المعلومات وحسابات الزبائن .
- سهولة الحصول على السلعة و إعداد شرائها عبر الشبكات .
- تسويق السلعة يكون مفتوحاً لجميع الشركات .
- آليات وطرق التسويق الإلكتروني ذات تكلفة منخفضة .
- القدرة على تحديد نقاط القوة والضعف في عمليات التسويق .

## **الفصل الثالث الدراسة الميدانية**

**نبذة تاريخية عن المؤسسة**

**المبحث الأول**

**أثر تطبيقات الحاسوب في المؤسسة**

**المبحث الثاني**

**المجالات التي يغطيها التسويق الإلكتروني**

**المبحث الثالث**

هذه المؤسسة تسمى الشركة السودانية للكهرباء<sup>6</sup> ، كانت تسمى الهيئة القومية للكهرباء في عام 2010م تغير الاسم الشركة السودانية كان نظام التحصيل في الهيئة القومية للكهرباء بالعدادات التقليدية أو ما يسمى ( ANALOY ) وهذه العدادات كانت تعمل بنظام الدفع الآجل ، أو ما يسمى بالفواتير وكانت العدادات لها سلبيات كثيرة

أولاً : غير دقيقة

ثانياً : عرضة للسرقة بطرق كثيرة

ثالثاً : كانت هناك مشاكل في قطع الغيار

رابعاً : عدم الالتزام بدفع الفاتورة كاملة

خامساً : كانت هنالك مشاكل في قراءة العدادات

عند عدم التمكن من قراءة العدادات كانت قراءة المتوسطات أي استهلاك تقريبي في نظام فواتير الكهرباء كان في عام 1998م قبل ذلك كانت المحاسبة بالدفاتر في عام 2002 دخل نظام عداد الدفع المقدم وهذه العدادات الالكترونية تحسب الحاسب الالكتروني وتم جلب هذه العدادات من دول جنوب أفريقيا .

ومنذ دخول هذه العدادات كانت هناك طفرة مادية هائلة للهيئة القومية للكهرباء وتم التمكن من حساب الاستهلاك حساباً دقيقاً وتمت معالجة الفاقد وهذا النظام يعمل حالياً .

في عهد الشركة السودانية منذ عام 2010م ادخل الانظمة الجديدة للعمل تم بواسطة الحاسب ERP هذا النظام بحركة المواد من المخزن ومن ثم صرف تلك المواد .

لذلك ادخل نظام التوصيلات الجديدة بحيث تمت الدراسة بالحاسوب من توصيل مباشر إلى دراسة بتوصيل الأعمدة أو دراسة بمحول كذلك تم إدخال نظام المدين ( md ) في المحولات وهذا النظام ممنوع به إدخال قراءات للمحول ( bektpek ) أي ساعات الذروة من volve وتيار

كذلك تسمى ادخال سستم ، Nile Dok

وهذا النظام ممنوع به الوظائف والتعلميات الخاصة بنظام الايزون ايضاً تم تطور نظام البرمجة إلى ما يسمى ( بالسودافن ) كذلك تم تطور الطرف الثالث في البيع بحيث تكون هنالك ماكنات مبرمجة مع ( server ) الرئيسي بحيث DATA مع Server الرئيسي في عطبرة .

وهذه الأجهزة تمكن المواطن من الشراء أي زمان مقابل عمولة بسيطة<sup>7</sup> .

## أثر تطبيقات الحاسوب

الدقة مثلاً في عدادات الدفع المقدم

سهولة المراجعة

كسب الوقت

حفظ المال من حيث التحصيل في الشركة

### • المجالات :-

يغطي مثلاً بالنسبة للقطاع السكني العدادات خط أو خطين بالنسبة للقطاع الصناعي بالهيكل وهو عداد كبير وهناك عدادات ( matavam ) أي عدادات ذات المحولة كبيرة .

## النتائج والتوصيات

### النتائج

- 1/ ان المعلومات لها أثر كبير في تشغيل العمليات الصناعية .
- 2/ كلما زاد الأجر زاد تحسين الاداء العامل .
- 3/ يساهم الأجر المرتفع في تحسين اداء العاملين بالسكة حديد .
- 4/ يتقاضى العامل بعض العلاوات والبدلات التي تساهم في زيادة دخله .

### التوصيات

- زيادة الأجر حتى يتناسب مع الظروف المعيشية الصعبة .
- لابد من وضع سياسة الأجور وهيكل عادل له .
- لابد من صرف المرتبات في مواعيدها .
- استمرارية وزيادة العلاوات والبدلات لانها تمثل جزء مهم .
- الرقابة على الأجر أصبحت من الأشياء المهمة لابد من الرقابة على الاجور .

## الخاتمة

وفي خاتمة بحثنا وجدنا أن نظم المعلومات لها اثر كبير في حياتنا اليومية مما ينبغي الاهتمام بها وتطويرها واستخدامها الاستخدام الأمثل .

كما لا يفوتنا في ختام البحث أن نتوجه بالشكر لكل من ساهم في اخراج هذا البحث بهذه الصورة نسأل الله العلي القدير أن يكون هذا البحث إضافة حقيقية للمكتبات والبحوث العلمية وأن ينتفع به كل باحث في هذا المجال .

## المراجع

1- تطبيقات حاسوبية في التسويق الالكتروني

تأليف

د : محمد نور برهان

د: محمد الفيومي