

## مدى ادراك الجانب التسويقي في قطاع الاحذية في مدينة الخليل من وجهة نظر اصحاب المصانع

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى ادراك وفهم الجانب التسويقي عند اصحاب مصانع الاحذية في مدينة الخليل من حيث فهم العمليات والاستراتيجيات التسويقية واهمية دراسة السوق والوقوف على حاجات ورغبات الزبائن اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي للحصول على المعلومات حول مدى ادراك الجانب التسويقي عند اصحاب مصانع الاحذية في مدينة الخليل

ابرز النتائج التي توصل اليها فريق البحث ان اصحاب المصانع يدركون اهمية جمع المعلومات المتعلقة بالسوق واحتياجات الزبائن الى ان الابحاث التسويقية التي يقومون بها لا تشمل جميع الجوانب التسويقية

اظهرت النتائج ان اصحاب المصانع لا يدركون مفهوم المزيج التسويقي بصورة جيدة حيث ان هناك جوانب ضعف تتعلق بالمنتج والسعر والترويج الا انه في المقابل تبين ان لديهم ادراك لاهمية عمل علاقات مع الزبائن كما تبين ان هناك ضعف في الاتصال مع الاعضاء في سلسلة التوريد

خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات اهمها: ان يعمل اصحاب المصانع على زيادة الاهتمام بالابحاث التسويقية مع مراعاة شموليتها والاستعانة باشخاص ذوي خبرة علمية يساعد على فهم افضل للعمليات التسويقية اضافة الى استخدام الاساليب العلمية عند تحديد عناصر المزيج التسويقية على الجهات المساندة مثل الغرفة التجارية ان تقوم بعمل دورات وبرامج تدريبية لزيادة فهم اصحابق بالنواحي التسويقية