

# تابع التسويق والتجارة الدولية

التسويق والتجارة الدولية

# دوافع التصدير علي مستوي الشركات

- أولاً : عوامل ساحبة :-  
أعتمدت علي عدة شروط كما يلي :-
  1. أهداف الربح والنمو .
  2. سلعة مميزة .
  3. توفر معلومات استثنائية عن السوق الأجنبية .
  4. اتجاهات المديرين .
  5. الجدوي الاقتصادية .
  6. المزايا التسويقية .

# تابع دوافع التصدير علي مستوي الشركات

• ثانياً :- العوامل الدافعة :

قد تاتي استجابة الشركات للبدء أو التوسع بالأعمال التسويقية للدولة والتي منها :-

1. أوامر الطلب الخارجية .
2. زيادة القدرة علي الموارد .
3. القرب من الأسواق الدولية .
4. صغر حجم السوق المحلية .
5. ركود أو تدهور السوق المحلية .

# أنواع البيئات الاقتصادية الدولية

## 1. البيئة الاقتصادية :

تؤثر البيئة الاقتصادية في نجاح أو فشل الشركات من التأثير علي الطلب والعرض ،ولذلك علي الشركات أن تحدد رجة التأثير الاقتصادي الذي سوف يؤثر علي عملها .

## التكتلات الاقتصادية :

الذي يقصد به انه اتحادا أو اتفاقا تعاونيا ما بين دولتين أو أكثر بحيث يشكلوا وحدة إقتصادية أكبر .

# صور التكتلات الإقتصادية



# المزايا الاقتصادية والتسويقية للتكتلات الاقتصادية

1. اتساع حجم السوق .
2. ارتفاع معدلات النمو الاقتصادي .
1. تحسين شروط التبادل التجاري .

# أنواع البيئات الاقتصادية الدولية

## 2. البيئة الاجتماعية والثقافية :-

تؤثر البيئة الاجتماعية والثقافية علي تصرفات المستهلكين وكذلك علي المدراء الذين يخططون وينفذون برامج التسويق الدولي .

وتتكون البيئة الاجتماعية من كافة المنشآت والافراد وقيمهم واتجاهاتهم وسلوكهم .

وتؤثر التقاليد علي الأنماط الاستهلاكية والجماعات وتؤثر علي توزيع الدخل الحقيقي .

# المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات التسويقية

1. هل نسوق خارجياً أم نبقى علي الأسواق المحلية .
2. ماهي الأسواق التي سنتعامل معها .
3. كيف ندخل الأسواق المستهدفة .
4. كيف نخدم هذه الأسواق .



# اجراءات اختيار السوق الدولي

• أولاً : طريقة التمديد :

وتتم بختيار نقطة البداية ( سوق محلي أو سوق دولي )

ثانياً : طريقة التقليل :

ويتم الاختيار الأفضل للسوق حيث يبدأ من مجموع كل الأسواق الوطنية أولاً .