



תיאוריה בשיווק

מבוא

ד"ר שלום לוי

מבוא

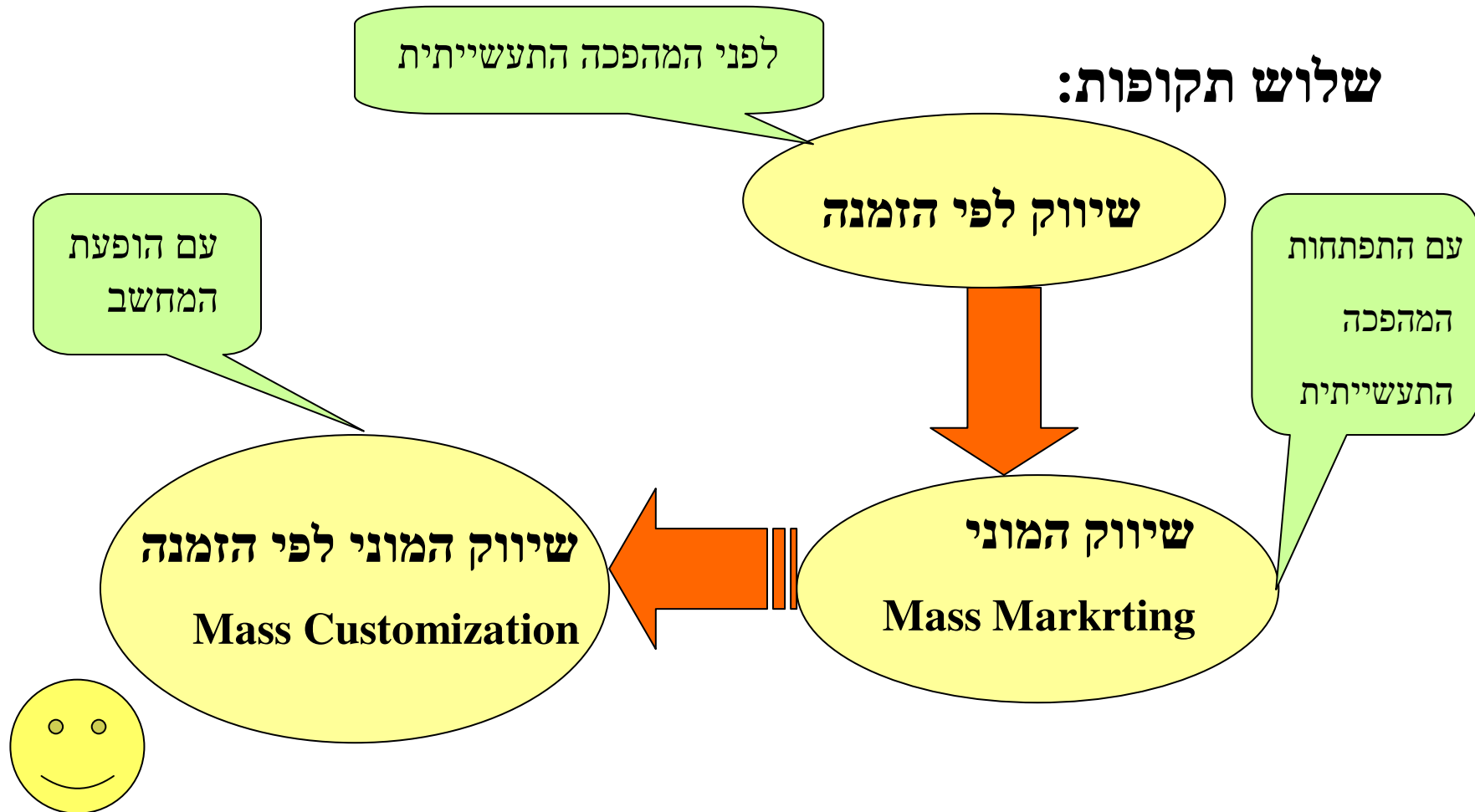
- התפתחות השיווק 
- גורמים משפיעים על העיסוק בשיווק 
 - סביבה דינאמית – אינטגרציה:
 - טכנולוגיה Technology
 - גלובליזציה Globalization
 - פרסונליזציה Personalization
- לקוחות מתוחכמים
- חברות מתקדמות

Integration {



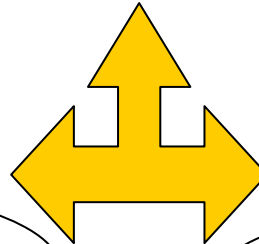
□ מה מוגדר כשיווק?

היסטוריה – התפתחות בשיווק



גורמים עיקריים בשיווק

סביבה דינמית



חברות מתקדמות

לקוחות מתוחכמים

מהו שיווק?


□ מהות השיווק: שיווק הוא תהליך, שתכליתו **לספק צרכים** של בני אדם **באמצעות עסקת חליפין** - עסקה שיווקית היא עסקת חליפין בהסכמת המשתתפים בה

□ הגדרת המונח שיווק: "שיווק הוא תהליך חברתי וניהולי, שבעזרתו בודדים וקבוצות משיגים את אשר הם **צריכים ורוצים**, **באמצעות יצירה והחלפה של מוצרים וערך עם אחרים**"

פיליפי קוטלר

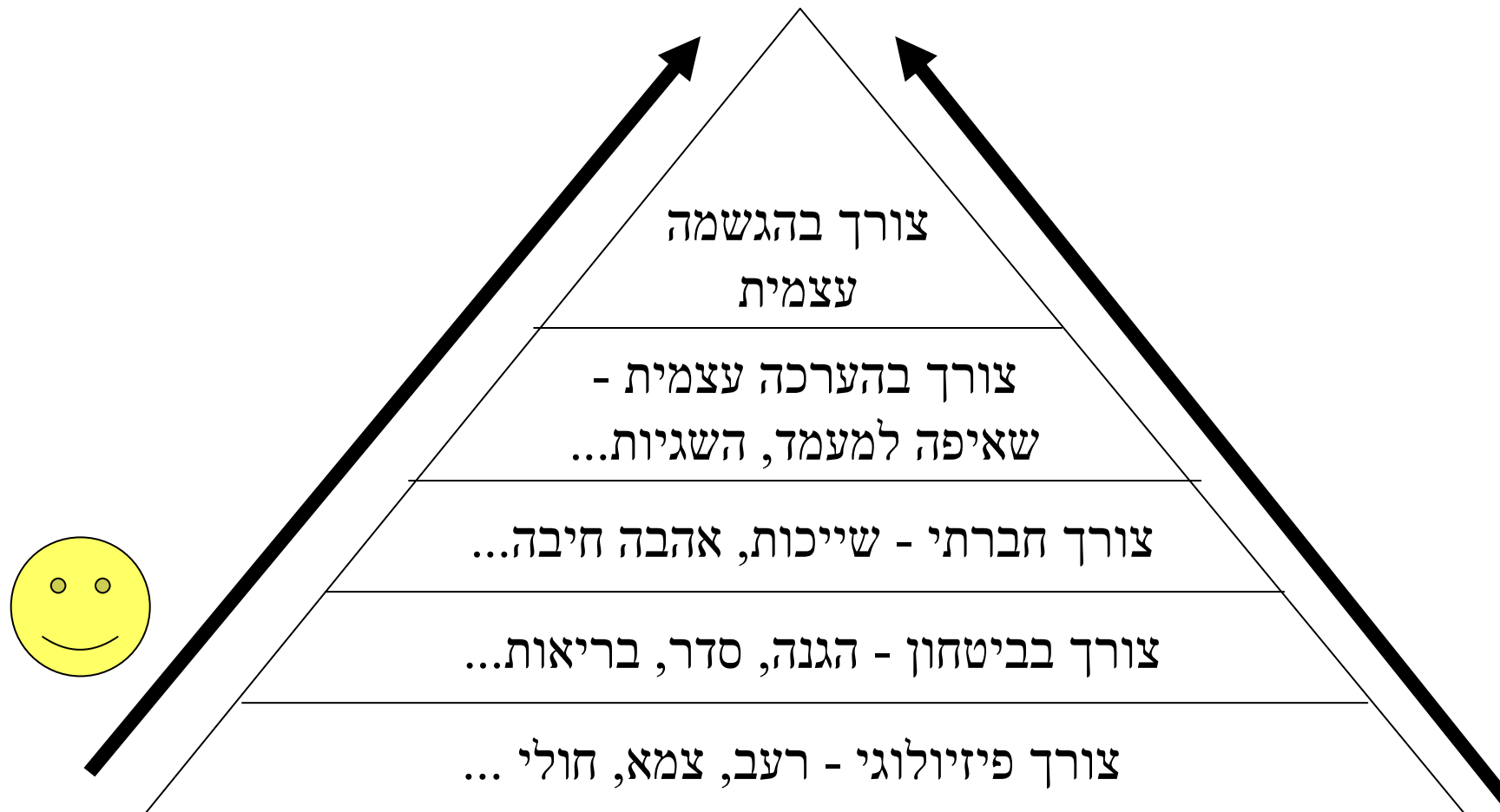
ההגדרה נשענת על המושגים העיקריים

המושגים העיקריים:

- צורך - הוא מצב של מחסור
- צורך פיזיולוגי צורך נרכש 
- רצון- תשוקה לסיפוק צורך ספציפי
- ביקוש - מצב בו הרצון למוצר, נתמך ע"י יכולת ומוכנות
- קניה - רצון נהפך לביקוש רק אם נתמך ביכולת קניה
- מוצר - כל דבר שניתן להציעו, כדי לספק צורך או רצון
- מוצר פיסי שירות רעיון
- חליפין - פעולה של סיפוק צורך ע"י הצעת דבר מה בתמורה



מדרג הצרכים של מסלו



מהי תיאוריה?

- מיוונית Theoria
- ע"פ אבן שושן:
 - תורה, מערכת הנחות והשערות, המשמשות להסברת עובדות או תופעות מסוימות
 - החלק העיוני של מקצוע שימושי או אמנותי או חברתי מסוים
 - דברי הלכה, השערה המבוססת על עיון מופשט בלבד
- תיאוריה – Theory, היא מערך שיטתי של רעיונות, שמטרתו לתאר או להסביר תופעה מסוימת.
 - סכמה מופשטת שיש בין חלקיה קשר שיטתי, אמנם כל חלק עומד בפני עצמו אולם הרעיון הוא בחיבור ביניהם
 - המטרה של תיאוריה להגדיל את ההבנה המדעית, באמצעות מבנה שיטתי המסוגל גם להסביר וגם לחזות תופעות
 - תיאוריה אינה עוסקת במקרים פרטיים של תופעה אלא במתן הסבר לגילוייה השונים
 - כסכמה מופשטת ניתן למצוא תיאוריות סותרות לתופעה

מהי תיאוריה? - המשך

□ ע"פ Hunt Shelby

□ "מתאר תיאורטי, הוא סדרת טענות הקשורות באופן שיטתי

וכוללות הכללות בעלות אופי חוקי
ושניתן לבחון אותן באופן אמפירי"

□ ההגדרה מספקת שלושה קריטריונים לבחינה,
האם מבנה נתון הוא תיאוריה?

מדוע נחוצה תיאוריה בשיווק?

- ערך פרקטי
- ערך אינסטרומנטאלי
- ערך קונספטואלי
- ערך סימבולי
- יצירת בסיס ידע
- סטאטוס אקדמי
- סקרנות אינטלקטואלית
- האם שיווק זה מדע?
 - מחלוקת
 - יש הטוענים שלא
 - יש המאמינים ששיווק זה מדע

תיאוריה ואופנה



- תיאוריות הן טנטטיביות
- ה"מדע" מושפע מאופנה
- אלברט איינשטיין טען, "התיאוריה שבה אני מחזיק קובעת את אשר עיני תיראנה"

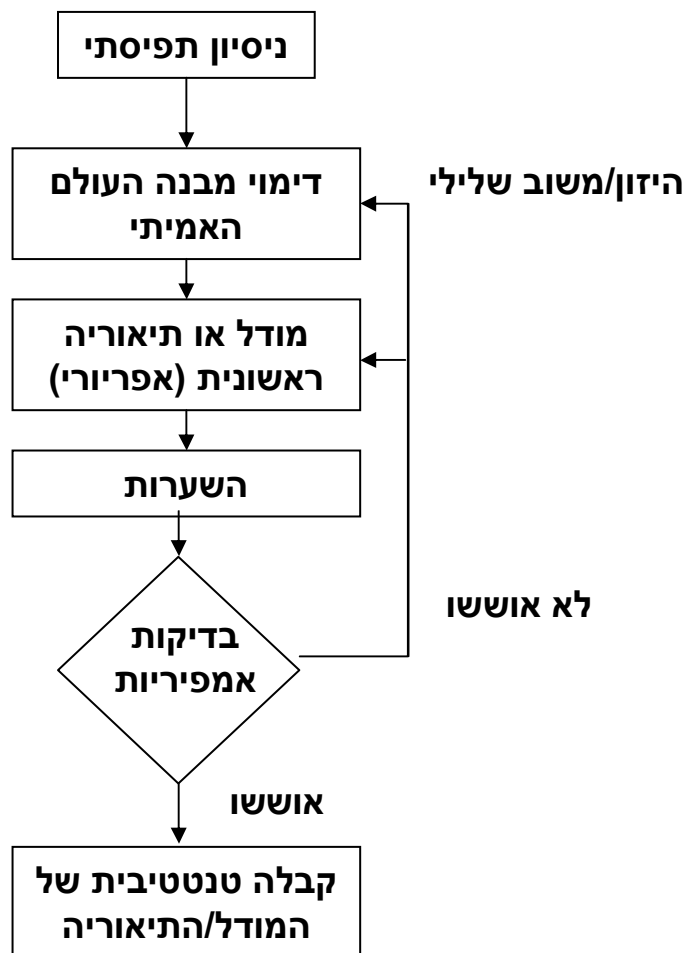
גישות פילוסופיות השולטות בשיווק

- פוזיטיביזם/האמפיריציזם הלוגי 
- רלטיביזם

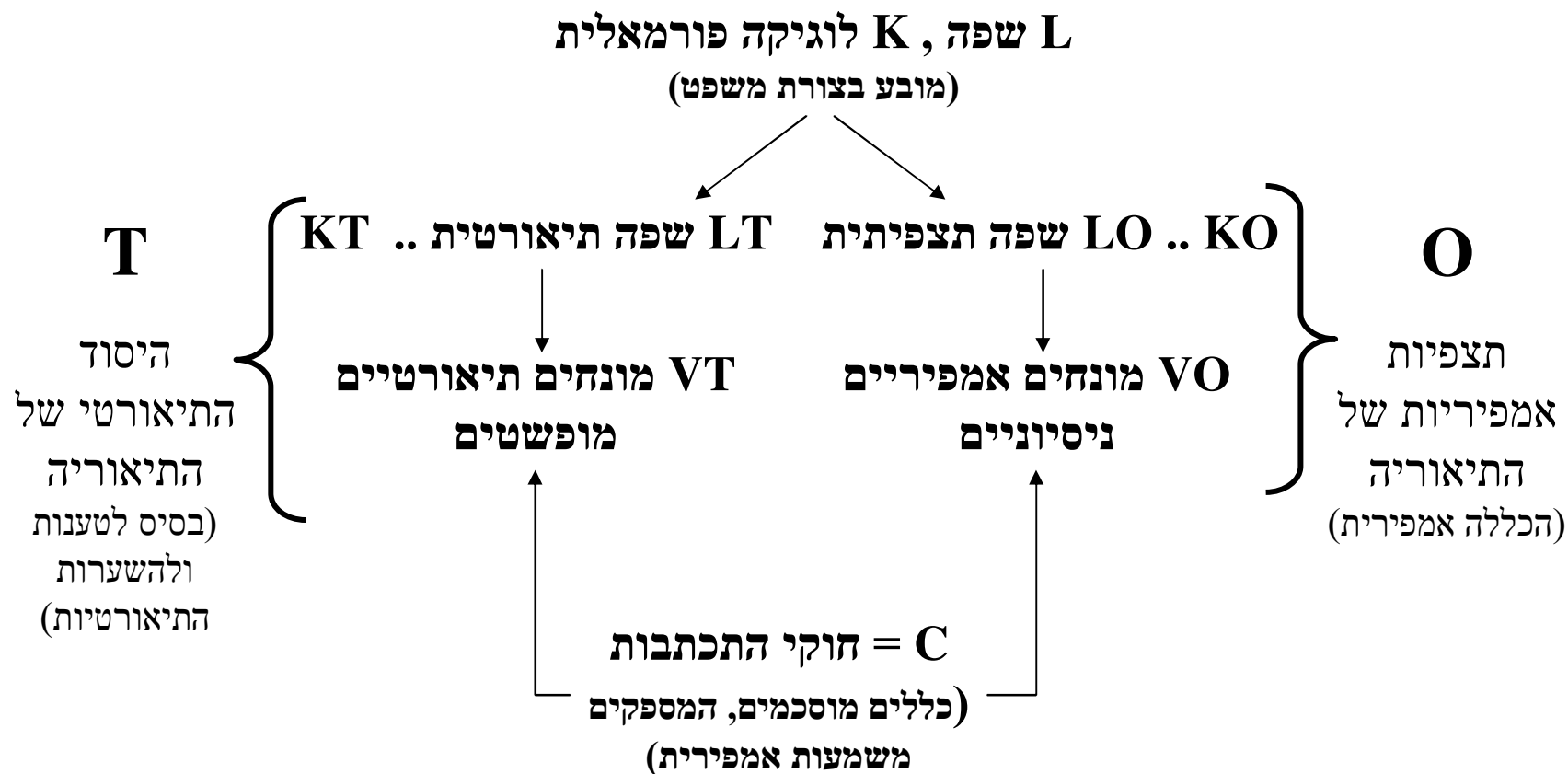
השוואות

- המציאות יחסית?
- מדע הוא תהליך חברתי?
- המדע סובייקטיבי?
- תועלת התיאוריות?

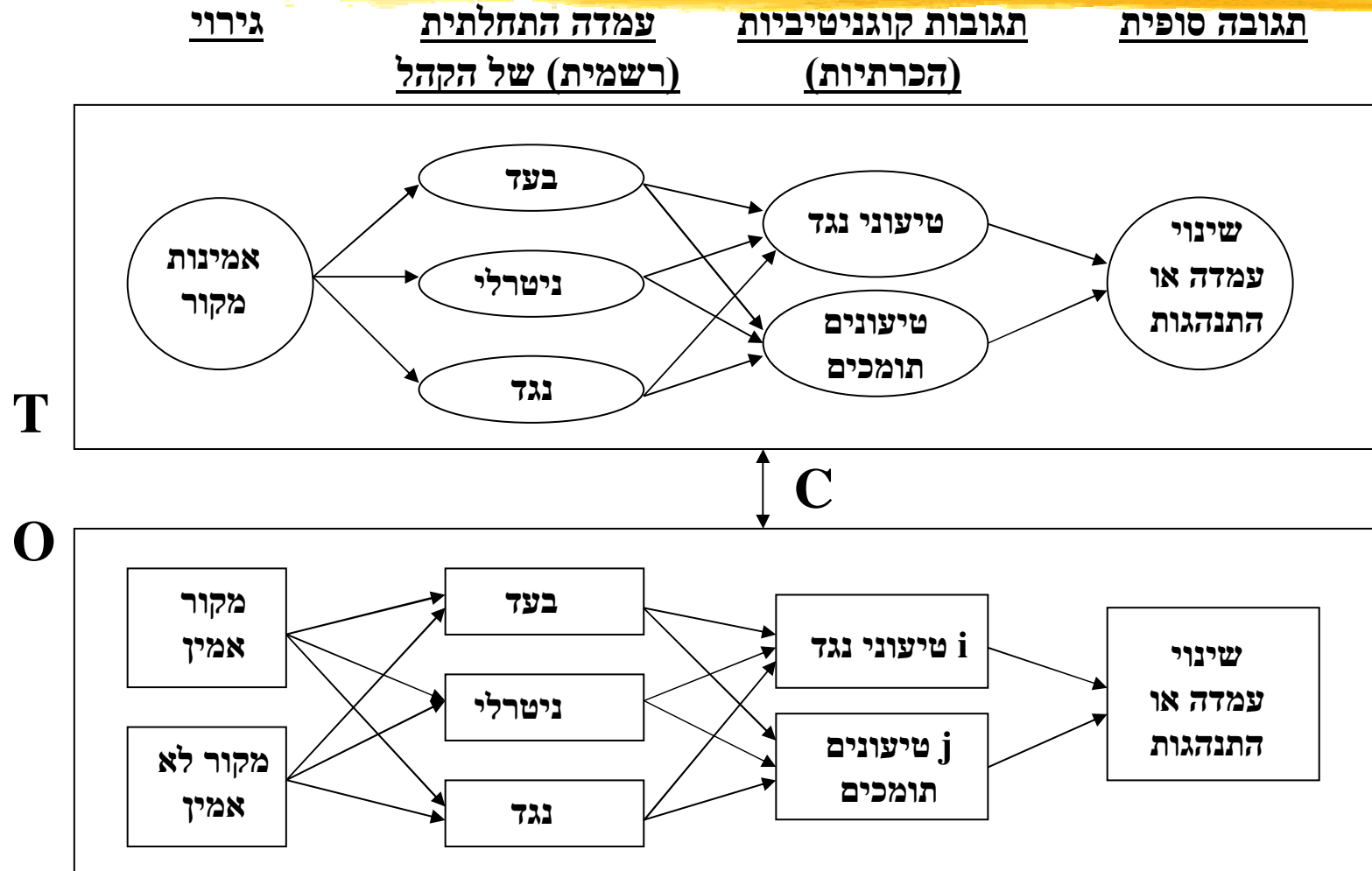
מודל השיטה המדעית ע"פ האמפיריציזם הלוגי



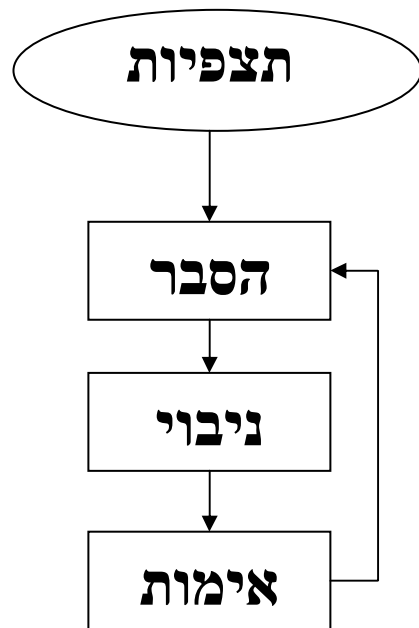
מבנה של תיאוריה מדעית (Bagozzi 1984)



דוגמה למבנה תיאוריה – השפעת אמינות מקור על עמדות



איך מפתחים תיאוריה מדעית?



- נקודת המוצא היא התצפית
- על הסביבה
- על העצמי
- שלב ראשון הוא שלב ההסבר = פיתוח תיאוריה. מורכב מכמה תת שלבים:
- ניתוח תיאורטי = זיהוי משתנים משפיעים וקשר בין משתנים
- הוספת הנחות = הנחות תוחמות את המרחב ותורמות לפישוט הבעיה ומורכבותה
- הגדרת משוואות ע"פ משתנים. סדרת סמלים ומערכת קשרים $A=F(B,C,D)$
- שלב שני הניבוי
- ניסוח השערות = ניתוח תמציתי של החוקיות
- שלב שלישי הוא שלב האימות
- בדיקה אמפירית = תצפיות, ניסויים וכדומה

בתיאוריה מדעית, לאלו בעיות יש להתייחס?

- תקפות = האם המדידות בשטח מודדות את מה שהן צריכות למדוד
- מהימנות המדידות, שאין טעויות מקריות או שיטתיות במדידה
- קיים קשר הגיוני בין המושגים וחלקי התיאוריה = שלימות התיאוריה
- בתיאוריה
 - אנו מציגים שאלה מחקרית או בעיה המבוססת על הנחות
 - מגדירים השערות שהן מעיין תשובות בלתי מוכחות לשאלה המחקרית או הבעיה
 - ע"י בדיקות אמפיריות מקבלים תוצאות שהן למעשה מתן הסבר בר תוקף לתופעה
- תיאוריה מנסה בסדרת ההשערות = הניבויים, להסביר קשר בין משתנים ולהיות מספקת מבחינת ההסבר והניבוי
- אפשרות להעלות השערות אלטרנטיביות מתחרות

מה עושים עם תיאוריה או מחקר תיאורטי?

□ כדי שתיאוריה תהיה מקובלת ותשפיע, הקהילה האקדמית או פלח משמעותי של אנשי שיווק צריך לאמץ אותה

□ מה קורה בשטח?

- לא בהכרח התיאוריות הנפוצות הן הטובות ביותר
- לחוקרים ידועים יש סיכוי טוב יותר להציג תיאוריה בהצלחה
- ניתן לשווק טוב יותר, תיאוריות המאומצות מתחומים מוכרים ומבוססים
- שימוש במשמעויות, מושגים וקשרים שגרתיים מקל על שיווקן של תיאוריות
- להיות פוליטיקלי קורקט
- תמיכה אמפירית חזקה

מה עושים עם תיאוריה (המשך)?

□ בודקים את התיאוריה לפני פרסומה

□ כתיבת Working paper

□ הגשה לעמיתים וחברים לבחינה

□ הצגה בסמינרים וועידות לעמיתים

□ פרסום התיאוריה

□ קיימים ערוצים שונים

□ בשלבים ראשוניים באמצעות מצגות בוועידות וסמינרים והפצת נייר עבודה (באופן לא רשמי)

□ שליחה לכתבי עת מדעיים עיקריים

□ פרסום התיאוריה בצורת ספר או פרק בספר