



מבוא

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

Integration

2



גורמים עיקריים בשיווק



האגודה בשיווק - ד"ר טלמה לוי

4

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**"

פיליפ קוטלר

ההגדרה נשענת על המושגים העיקריים

האגודה בשיווק - ד"ר טלמה לוי

5

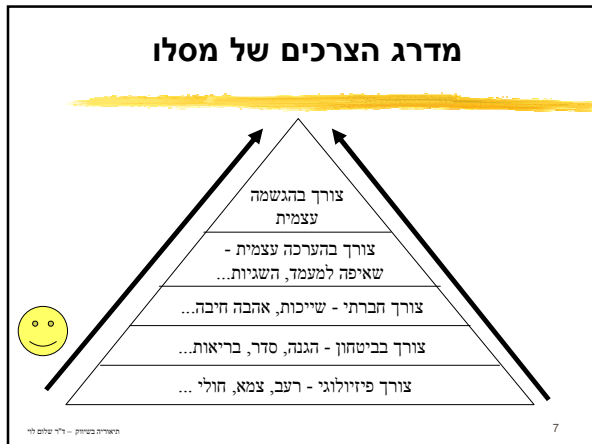
המושגים העיקריים:

- 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



האגודה בשיווק - ד"ר טלמה לוי

6



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

8

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?

9

מדוע נחוצה תיאוריה בשיווק?

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

האגודה בשיווק - ד"ר טלמה לוי

10


תיאוריה ואופנה

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

האגודה בשיווק - ד"ר טלמה לוי

11

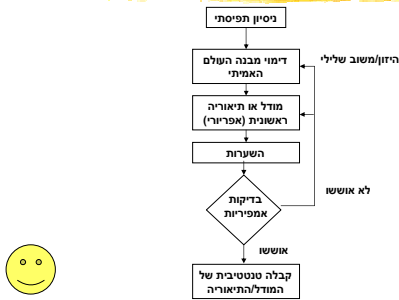
גישות פילוסופיות השולטות בשיווק

- פוזיטיביזם/האמפיריציזם הלוגי 
- רלטיביזם
- השוואות
 - המציאות יחסית?
 - מדע הוא תהליך חברתי?
 - המדע סובייקטיבי?
 - תועלת התיאוריות?

האגודה בשיווק - ד"ר טלמה לוי

12

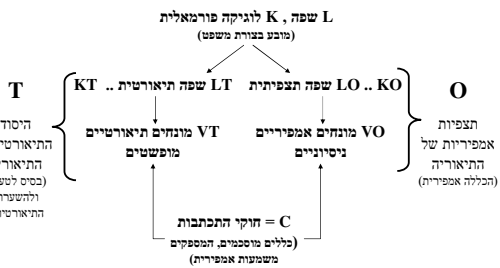
מודל השיטה המדעית ע"פ האמפיריציזם הלוגי



האודייה בסיוט - ד"ר סילבן לוי

13

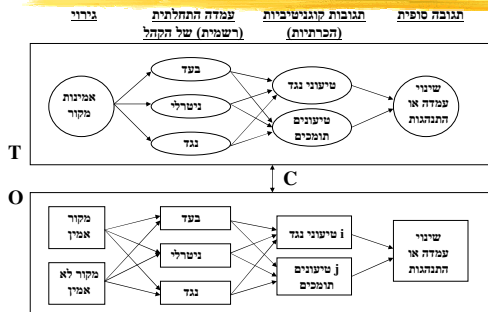
מבנה של תיאוריה מדעית (Bagozzi 1984)



האודייה בסיוט - ד"ר סילבן לוי

14

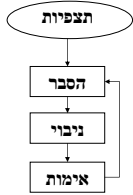
דוגמה למבנה תיאוריה – השפעת אמינות מקור על עמדות



האודייה בסיוט - ד"ר סילבן לוי

15

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 ניבוי
- ניסוח השערות = ניתוח תמציתי של החוקיות
- שלב שלישי הוא שלב האימות
- בדיקה אמפירית = תצפיות, ניסויים וכדומה

האגודה הישראלית - ד"ר יעקב לוי

16

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 מעין 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

האגודה הישראלית - ד"ר יעקב לוי

17

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 המאמצות מתחומים מוכרים ומבוססים
 - שימוש במשמעותיות, מושגים וקשרים שגרתיים מקל על שיווקן של תיאוריות
 - להיות פוליטיקלי קורקט
 - תמיכה אמפירית חזקה

האגודה הישראלית - ד"ר יעקב לוי

18

מה עושים עם תיאוריה (המשך)?

- בדקים 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
