

القيمة التسويقية المضافة لطباعه التصميمات المتغيره بالنفت الحبرى (التطبيق على سوق السيراميك)

The marketing value added to print variable designs by Ink Jet (application on the ceramic market)

أ.د/ جلال على سلام

أستاذ نظم تحكم وضبط جودة طباعية قسم الطباعة والنشر والتغليف - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

م.د/ منى محمود محمود على

مدرس بقسم الطباعة والنشر والتغليف - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

م/ مها محسن عبدالفتاح

مصمم طباعى

ملخص البحث :-

ينقسم هذا البحث إلى محورين وهما المحور الأول ويشتمل على الدراسه النظرية لعرض أهميه طباعه النفث الحبرى ودور إداره التسويق فى شركات السيراميك ، والمحور الثانى:- يشتمل على الدراسه التطبيقية لتحديد القيمة المضافة على إداره التسويق عند عرض فكره إطبوع تصميمك على عملاء السيراميك فى سوق القاهره الكبرى . وقد إستعرض المحور النظرى أهميه طباعه النفث الحبرى فى صناعه السيراميك وتحقيقها الجوده المطلوبه مع الحفاظ على الكفاءه التسويقية للشركه، وتوضيح المدى اللونى لأحبار طباعه النفث الحبرى للسيراميك ، ودور طباعه النفث الحبرى لرفع القيمة التسويقية وذلك بتوضيح (دور الإداره التسويقية- العوامل المؤثره على حجم الإداره التسويقية داخل الهيكل الإدارى- العوامل المؤثره على نجاح فكره إطبوع تصميمك فى عالم السيراميك). وقد إعتد المحور التطبيقى على عمل إستبيان موجه إلى إداره التسويق لبعض الشركات الرانده فى مجال صناعه السيراميك والمراكز المسوقه له ، وتم عرضه على 10 إدارات تسويق، وقد إشتمل الإستبيان على جدول واحد مكون من 6 أسئله لقياس دور إداره التسويق فى المنشأه ومعرفه ما إذا كانت تجربته إطبوع تصميمك مازالت مطبقه أم أن تجربته لم تلقى قبول من العملاء وقد توقفت بالفعل .

وقد توصلت الباحثة إلى أهم النتائج العمليه وهى:

- 1- تسعى الإداره التسويقية فى أى شركه إلى دراسه السوق وإشباع رغبات العملاء ودراسه الشركات المنافسه، ويتبقى قرار الشراء للعميل طبقاً لما يرضى ذوقه ويُحقق مُتطلباته.
- 2- يعتمد سوق طباعه السيراميك على تقنيه النفث الحبرى لما تحققه من دقه طباعيه وجوده عاليه .
- 3- لم تنجح فكره إطبوع تصميمك الخاص على السيراميك والتي طبقتها إحدى شركات صناعه السيراميك فى السوق المصرى – وتوجيه السؤال مباشراً لمديرى التسويق كانت الإجابات كالتالى :-
- أ- بالرغم من أن فكره إطبوع تصميمك الخاص على السيراميك غير مكلفه إلا أنها لم تلقى قبول من العملاء وذلك بسبب ثقت العملاء فيما تقدمه لهم الشركه من ذوق رفيع.
- ب- لكى أنفذ فكره إطبوع تصميمك على السيراميك فأنا أطلب أمر تشغيل لا يقل عن 3000متر مربع للتصميم الواحد .
- 4- ضعف القيمة التسويقية المضافة لطباعه التصميمات المتغيره بالنفت الحبرى- وهذا يعنى ثقه العميل فى تصميم المنتج (السيراميك) المقدم إليه من الشركه محل إختياره.

مشكله البحث:-

تكمن مشكله البحث فى أن سوق السيراميك مليئ بالكثر من المنتجات ، ولكن هل سوف يُحرك إستخدام طباعه النفث الحبرى على السيراميك (كطباعه عند الطلب) القوه الشرائيه للعميل ويجعله فى مقدمت إختياراته عند قرار الشراء؟

هدف البحث:-

ليتحقق هدف البحث يجب أن يُحقق إجابته التساؤل التالى - هل سترتفع الكفاءه التسويقيه لمنتجات الشركه عند إستخدام طباعه النفث الحبرى لطباعه تصميمات حسب طلب العميل مع تَمُنُع المُنتج بدرجة الجوده المطلوبه .

أهميه البحث:-

الوصول إلى نقطه إرتكاز فعاله وهى بالفعل أن كُل عميل يُفضل صفه مميزه فيما يشتريه ، وعند إستخدام طباعه النفث الحبرى وضبط جودتها فى طباعه السيراميك - فهل سوف يرفع القدره التسويقيه للشركه بشكل فعال - أم أن الفكره لن تنال إعجاب العميل وإن العميل يثق فى الذوق المعروض من الشركه المنتجه.

فرض البحث:-

إذا تم إستخدام طباعه النفث الحبرى كطباعه عند الطلب سوف يحقق كفاءه تسويقيه عاليه وهينه مميزه للشركه المُنتجه.

حدود البحث :-

- الحدود الزمانيه: الحدود المسموح بهما لإتمام متطلبات البحث على الوجه الأكمل.
- الحدود المكانيه: شركات صناعه السيراميك وتسويقه فى القاهره الكبرى.

منهج البحث:-

إنتهج البحث المنهج الوصفى التحليلى لتحقيق الهدف المرجوا من البحث.
الكلمات المفتاحيه:- طباعه النفث الحبرى- الكفاءه التسويقيه- القدره الشرائيه- طباعه عند الطلب.

محور البحث:-

المحور الأول:- يشتمل على الدراسه النظرية لعرض النقاط أهميه طباعه النفث الحبرى ودور إداره التسويق فى شركات السيراميك.

المحور الثانى:- يشتمل على الدراسه التطبيقية لتحديد القيمه المضافه على إداره التسويق عند عرض فكره إطبوع تصميمك على عملاء السيراميك فى سوق القاهره الكبرى.