

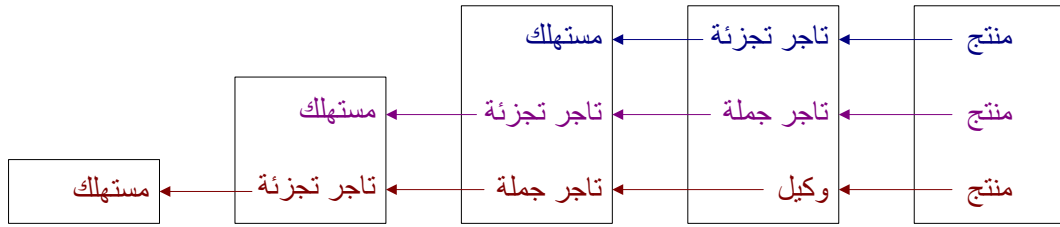
قنوات التوزيع

قنوات التوزيع :

- هي مجموعة المؤسسات والأشخاص الذين يشاركون في تحريك السلع والخدمات من مراكز الإنتاج إلى نقاط الإستهلاك النهائي.
- أو هي مجموعة الوسطاء الذين يقومون بعملية مترابطة لتوجيه المنتج إلى المستهلك النهائي.

من التعاريف السابقة نستنتج أن قناة التوزيع عبارة عن :

- 1- حلقة الوصل بين المنتج والمستهلك.
- 2- أن لكل عنصر من عناصر القناة التوزيعية وظيفة أو نشاط محدود في الهيكل التوزيعي مثلاً



- 3- القدرة على التأثير والتغيير في المزيج التسويقي.

أهمية قنوات التوزيع

- 1- تقليل عدد العمليات بين المنتج والمستهلك.
- 2- تقليل المخزون السلعي لدى المنتج والمستهلك.
- 3- حصول المستهلك على السلعة في الوقت والمكان وبأقل جهد ممكن وبالتكلفة المناسبة.

يؤخذ على قنوات التوزيع أن تكلفة عمولة التوزيع تضاف إلى سعر السلعة وبذلك يرتفع سعر السلعة. الحل : تقليل عدد القنوات التوزيعية إلى أدنى حد ممكن.

وظائف قنوات التوزيع

هي أنشطة لتحقيق المنفعة الزمانية والمكانية للمستهلك. وهي كالتالي :

- 1- الفرز : فصل السلع غير المتجانسة.
- 2- التراكم : تجميع السلع التي ترد من مصدر واحد وجعلها في مكان واحد.
- 3- التحميل : تجزئة العبوات ذات الأحجام والأوزان الكبيرة وتعبئتها في عبوات أصغر.
- 4- التشكيل : عمل أشكال للسلعة لجذب المستهلك إليها. (تغليفها، ربطها كشكل هدية، إضافة قطعة مثلاً إضافة كوب مع عبوة الشاي الكبيرة)

ملاحظة :

لا يمكن الإستغناء عن أي وظيفة من وظائف قنوات التوزيع السابق ذكرها، ولكن يمكن الإستغناء عن أي قناة من قنوات التوزيع. كالإستغناء عن تاجر الجملة، بهذا تجد أن السلعة تصل من المُنْتِج إلى تاجر التجزئة مباشرة.

أنواع قنوات التوزيع

1- قنوات توزيع رئيسية :

- ممثلة في أعضاء القناة التوزيعية، ويقع على عاتقهم العبء الأكبر في إدارة البضاعة وإصالها إلى المستهلك، وهم :
- المنتجون : يفضلون التركيز على الإنتاج، ولكن لا يمنع أن يقوموا بالتوزيع من خلال البيع المباشر.
 - تجار الجملة : يتولون إدارة البضاعة أثناء إنتقالها من المنتجون إلى غيرهم من تجار الجملة الأصغر حجماً أو تجار التجزئة والمشتريين الصناعيين أو التجاربيين.
 - تجار التجزئة : يتولون مهمة إدارة البضاعة إلى المستهلك النهائي.

2- قنوات توزيع تسهيلية (مساعدة) :

تشمل الوكالات والمؤسسات التي تتخصص في القيام بالأنشطة التسويقية التي تسهل تدفق السلع والخدمات بين أعضاء القنوات التوزيعية الرئيسية، وهم عادة لا يمتلكون البضاعة ولكن يحصلون على عمولة أو أجر، وهم :

- شركات النقل.
- المستودعات العامة. (مخازن مستقلة يملكها آخرون).
- شركات التأمين.
- مؤسسات التمويل. (البنوك).
- وكالات الإعلان.
- أنظمة الإتصال. (بريد، هاتف، إنترنت)
- منظمات المعلومات وبحوث التسويق. (دراسات، مشورة إدارية، مشورة قانونية).

إستراتيجية التوزيع

1- تحديد دور التوزيع : بناء على الإستراتيجية التسويقية وأهدافها. (يقوم بها المنتج).

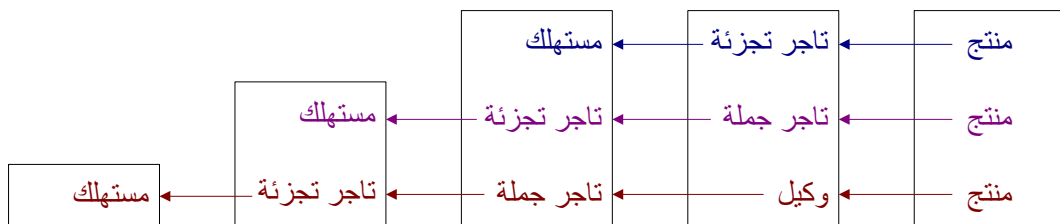
2- العوامل المؤثرة في القنوات التوزيع :

- خصائص المستهلك.
- نوع السوق.
- صفات الوسطاء.
- طبيعة السلعة. (الوزن ، الحجم).
- طبيعة المنافسة.

3- تحديد كثافة التوزيع، ولها ثلاث مستويات :

- توزيع مكثف. (إغراق السوق، وتكون عادة بسلع ميسرة).
- توزيع إنتقائية. (إنتقاء عدد محدود من قنوات التوزيع " الموزعين " والذين لهم القدرة على تغطية السوق.
- التوزيع المحدد. (إنتقاء عدد محدود من قنوات التوزيع لتوزيع سلعة واحدة " مثل السيارات").

4- إختيار نوع القناة التوزيعية :



- 1- إختيار الأعضاء.
- 2- تحفيزهم للعمل. (من خلال : التركيز على وسائل تنشيط البيئات، التعاون الإعلاني، الإشتراك في الأرباح، توافر الطلبيات، تدريب رجال بيعهم، الحصول على خصومات).
- 3- تقييم أدائهم.
- 4- الإشراف عليهم.
- 5- إختيار نوع قناة التوزيع.

أسئلة وأجوبة

التسلسل	السؤال	الإجابة	التعليق
1	تعامل قنوات التوزيع في السلع أسهل من تعامل قنوات التوزيع في الخدمات	خطأ	لأن التعامل مع السلع يتطلب خدمة داخل خدمة (مثلاً بيع سلعة بالإضافة إلى خدمات غير ملموسة ممثلة فيما بعد البيع).
2	كلما زادت مشاركة المؤسسات التوزيعية والمستهلكون، المباشرة في وظائف التسويق، زاد حجم العمل المطلوب أدائه من قبل الوسطاء في تقديم المخرجات.	خطأ	قل حجم العمل المطلوب أدائه
3	هل تسويق الخدمات يختلف عن تسويق السلع الملموسة من حيث الأسس والمفاهيم	لا	
4	المبرر لدى المستهلك لحصول المنتج على الربح، هو توفير الخدمة	صح	
5	هل تختلف خصائص الخدمات عن خصائص السلع؟	لا	
6	هل يتطلب توفير السلعة تقليل المسافة والزمن والتكلفة فقط للمستهلك أم أن هناك عامل مهم آخر؟	يوجد عامل مهم آخر	وهو توفير العامل النفسي (رضاء العميل)
7	التسويق الدولي أصعب من التسويق الداخلي.	صح	لأنه يتطلب عليك مراعاة العادات والتقاليد وإختلافات البيئات
8	هل يسهل الرقابة على أنشطة وعمليات قنوات التوزيع الدولية؟	لا	يحكمها البيئة السياسية، والإقتصادية، والإجتماعية لكل دولة
9	من خصائص التجزئة أنها صغيرة الحجم ومستقلة وعدم تابعيتها لمتاجر أخرى	صح	مثل البقالات
10	من خصائص متاجر التجزئة التخصص في مجال معين	صح	أدوات منزلية ، ملابس ، خضروات وفواكه
11	هل توجد قاعدة يمكن على أساسها تصنيف متاجر الجملة	لا	تجد محل كبير يتاجر في صنف واحد بالجملة، ومحل صغير يتاجر في أكثر من صنف بالجملة
12	يُقصد بتطوير وتوزيع سوق المنتجات، توصيلها بأسواق جديدة.	صح	تطوير يعني إنتشار وتوسع
13	الوظائف التي يؤديها الوسطاء لا يمكن أن يقوم بها المنتج أو المستهلك	خطأ	يمكن أن يقوم بها
14	يقصد بمحلات الخدمة الذاتية : خدمة في مجالات متعددة لعدة أشخاص	خطأ	خدمة في مجال واحد لعدة أشخاص
15	يقصد بمتاجر الخدمة المحدودة : خدمة في مجال معين لشخص واحد	خطأ	خدمة في مجال معين لعدة أشخاص
16	يقصد برفع كفاءة التوزيع : توصيل السلعة أو الخدمة للمستهلك في وقت ومكان وشكل مناسب وبأقل تكلفة ممكنة	صح	يجب أن تجتمع العناصر الأربعة

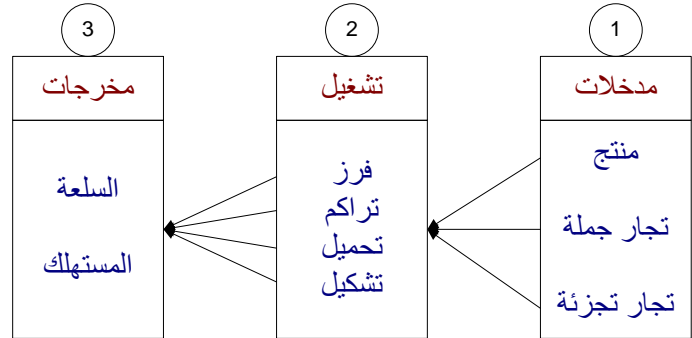
17	توجد قنوات توزيعية وخدمات في نفس الوقت	صح	مثل وكالات السفر، فهي قناة توزيع لشركات الطيران وفي نفس الوقت تقدم خدمات أخرى كحجز الفنادق والسيارات
18	كثير من الخدمات تباع مع السلع الملموسة	صح	بعد شراء المنتج يعرض عليك خدمة التوصيل والترتيب وصيانة ما بعد البيع
19	البيع الغير مباشر أفضل للمستهلك	صح	لأن البيع المباشر يضيف إيجار المحل وراتب الموظفين على قيمة السلعة
20	البيع المباشر هو الطريقة الوحيدة لتوزيع في أسواق الخدمات	خطأ	
21	إن كفاءة قنوات التوزيع تؤدي إلى إرتفاع تكاليف الإنتاج.	خطأ	يمكننا تقليص عدد القنوات
22	هناك إنتقاد موجه إلى الوسطاء في التوزيع بأن تكلفتهم تضاف إلى سعر البيع	صح	
23	يمكن إلغاء الأنشطة أو الوظائف التوزيعية، ولا يمكن إلغاء تجار الجملة أو التجزئة	خطأ	يمكن إلغاء القنوات التوزيعية ولا يمكن إلغاء الأنشطة
24	تواجه تجارة التجزئة تحديات عديدة بسبب ظروف المستهلك وتغيرات البيئة	صح	التجزئة مرتبطة بالمستهلك
25	يساهم التوزيع المادي في خلق المنفعة الزمانية والمكانية	صح	

تعريفات

➤ أبعاد تقييم كفاءة نظم التوزيع

- 1- الإنتاجية
- 2- الربحية
- 3- الفعالية
- 4- العدالة

➤ الإنتاجية في القنوات التوزيعية = كمية المخرجات = $\frac{\text{المستهلك} - \text{السلعة}}{\text{المنتج} - \text{تجار الجملة} - \text{تجار التجزئة}}$ كمية المدخلات



➤ متاجر السلسلة : هي متاجر متعددة تحت ملكية واحدة.

➤ الجمعيات التعاونية : هي التي يملكها المستهلك النهائي.

➤ الخدمة : نشاط غير ملموس.

➤ تجار الجملة العاديون : هم الذين يقومون بجميع وظائف تجارة الجملة من شراء، وبيع، وتفاوض، وتخزين، ونقل، تمويل.

➤ إستراتيجية التوزيع : إتخاذ القرار المتعلق بتحديد الدور الذي يقوم به أعضاء القناة التوزيعية وكثافة التوزيع للوصول إلى مختلف أجزاء السوق.

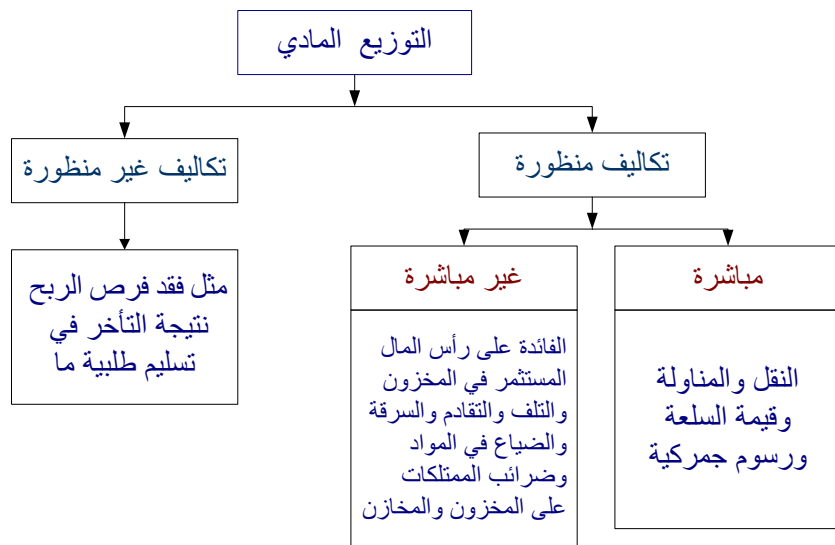
➤ التوزيع الإنتقائي : إنتقاء عدد محدود من الموزعين لديهم القدرة على تغطية السوق كاملاً.

➤ وظائف الوسطاء : الأنشطة التي تعمل على تحقيق المنفعة الزمانية والمكانية للمستهلك وحلقة الوصل بين المنتج والمستهلك.

➤ الإنتاجية في المؤسسات التسويقية = $\frac{\text{حجم المبيعات}}{\text{حجم العمالة}}$

➤ التوزيع المادي : هو عبارة عن مجموعة الأنشطة المتعلقة بتسهيل حركة السلع مادياً من أماكن إنتاجها أو استخراجها إلى أماكن إستهلاكها أو إستخدامها. وهو يتضمن جميع الأنشطة التسويقية المرافقة للسلعة من

1- تحويل المواد الخام إلى سلع تامة الصنع. 2- النقل 3- التخزين 4- المناولة 5- مراقبة المخزون السلعي 6- اختيار موقع المخازن 7- تجهيز الطلبات 8- خدمة المستهلك.



➤ النقل : نقل المواد خارج نطاق المنشأة.

➤ المناولة : نقل المواد داخل نطاق المنشأة.

إختر الإجابة الصحيحة :

1/ الأبعاد الرئيسية في تقييم أداء وفعالية وكفاءة نظم المعايير :

أ- كمية

ب- نوعية

ج- أ، ب ✓

د- لا شئ

2/ يمكن وصف القناة التوزيعية على أنها تتكون من :

أ- حجم الطلبية

ب- الوقت المكان المناسب

ج- التشكيل

د- كل ما سبق ✓

ه- لا شئ مما سبق

3/ طرق تقييم ربحية القناة التوزيعية هي :

أ- تحليل تكلفة التوزيع

ب- نموذج إستراتيجية الربح

- ج- الربح المباشر للمنتج
- د- أ، ج
- هـ- كل ما سبق ✓

4/ أهداف التوزيع المادي هو نقل السلع مادياً من مراكز إنتاجها إلى مراكز إستهلاكها في :

- أ- الوقت والمكان المناسب
- ب- الكمية المناسبة
- ج- أقل تكلفة ممكنة
- د- أكبر درجة من الكفاءة
- هـ- كل ما سبق ✓

5/ الأنشطة المساعدة للتوزيع المادي هي :

- أ- مناولة المنتجات
- ب- التغليف
- ج- تجهيز الأوامر
- د- تشغيل المعلومات
- هـ- كل ما سبق ✓
- و- لا شيء مما سبق

6/ خصائص الخدمات :

- أ- غير ملموسة
- ب- ملموسة
- ج- لا يمكن فصلها عن مقدمها
- د- متنوعة في جودتها
- هـ- كل ما سبق ✓

7/ طرق توزيع الخدمات :

- أ- عن طريق البيع المباشر
- ب- عن طريق الوسطاء
- ج- لا شيء مما سبق
- د- كل ما سبق ✓

8/ أشكال الدخول للأسواق الدولية :

- أ- التصدير
- ب- الترخيص
- ج- الإستثمار المشترك
- د- الإستثمار المباشر
- هـ- كل ما سبق ✓

9/ تقتصر وظائف منشآت التجزئة على :

- أ- المستهلكون
- ب- المنتجون
- ج- تجار الجملة
- د- كل ما سبق ✓

هـ- لا شيء مما سبق

10/ وظائف منشآت تجار الجملة للمنتج، تنحصر في :

- أ- البيع
- ب- التخزين والنقل
- ج- المساعدات المالية وتقديم الخدمات
- د- تحمل المخاطر (شراء كميات كبيرة)
- هـ- كل ما سبق ✓
- و- لا شيء مما سبق

11/ أنواع متاجر الجملة :

- أ- عاديون
- ب- متخصصون
- ج- متكاملون
- د- كل ما سبق ✓
- هـ- لا شيء مما سبق

12/ إن نجاح منشآت الجملة يتحدد بناءً على :

- أ- الفاعلية فقط
- ب- الربحية فقط
- ت- أ ، ب ✓
- ث- لا شيء مما سبق

13/ يمكن القول بأن هذه المنشآت تتصف بأنها منشأة تجارة جملة لو كانت نسبة الصفقات التي أدتها من مجموع المبيعات :

- أ- 40%
- ب- 50% ✓
- ج- 60%
- د- 70%
- هـ- لا شيء مما سبق

www.drzidan.com/distru.doc