



مدونة المناهج السعودية

<https://eduschool40.blog>

الموقع التعليمي لجميع المراحل الدراسية

في المملكة العربية السعودية

التوزيع – مواضيع الوحدة

- تعريف التوزيع
- وظائف قنوات التوزيع
- أهمية قنوات التوزيع
- أنواع قنوات التوزيع
- تجارة التجزئة
- متاجر الجملة
- الوسطاء الوظيفيون
- البيع المباشر
- خطوات تصميم واختيار القناة التوزيعية
- ديناميكية قنوات التوزيع

التوزيع

• تعريف التوزيع 1-1

- هو العنصر الثالث من عناصر المزيج التسويقي
- الهدف من التوزيع هو إيصال المنتجات او الخدمات إلى المستهلك بالمكان والوقت المناسب، وخلق المنفعة المكانية والزمانية
- تعريف التوزيع على أنه «العملية التي يتم من خلالها جعل السلعة او الخدمة متوفرة في المكان والكمية المناسبة، عندما يرغب بها المستهلك»
- تعريف القنوات التوزيعية «سلسلة من المنظمات او الأشخاص الذين يشاركون في تدفق المنتجات او الخدمات من المنتج إلى المستهلك النهائي او المستخدم الصناعي» (تعريف McCarthy)
- تعريف القنوات التوزيعية «مجموعة من المؤسسات و المنظمات المترابطة في عملية تسهيل توفير المنتجات من المنتجين إلى المستهلكين النهائيين او المستعملين الصناعيين» (تعريف Davison)

التوزيع

• وظائف قنوات التوزيع 3-1

- تنطلق أهمية وظيفة التوزيع من أن قنوات التوزيع هي الأقرب إلى المستهلك النهائي او المستخدم الصناعي
- توفر مهمة التوزيع المنفعة المكانية والزمانية ومنفعة الحيازة للمستهلك
- وظائف قنوات التوزيع:

1. تؤدي القنوات التوزيعية إلى استحداث المنفعة: تؤدي إلى ثلاث منافع:

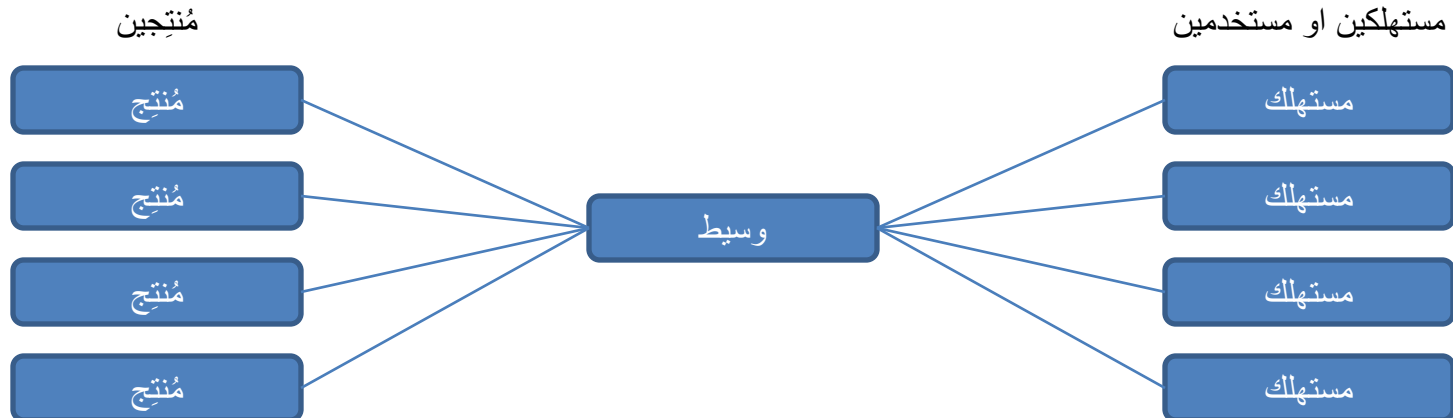
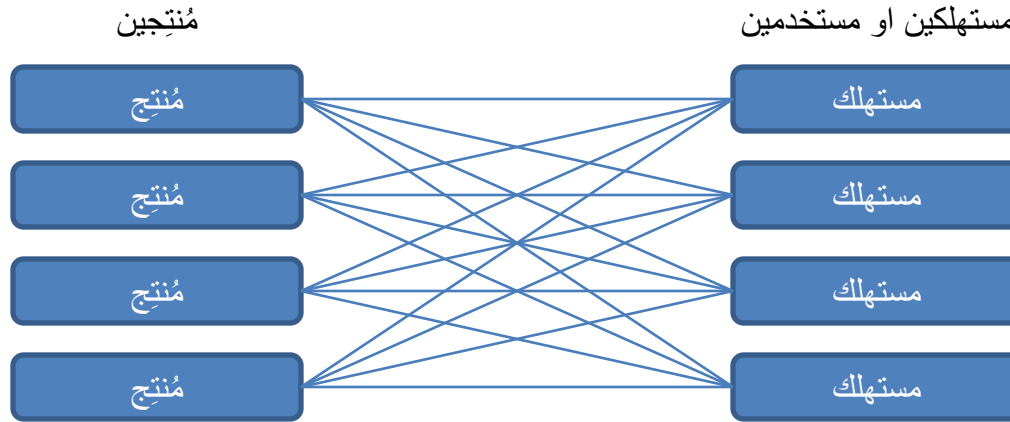
- المنفعة الزمانية: الحصول على المنتج في وقت يرغب به المستهلك
- المنفعة المكانية: الحصول على المنتج في أي مكان يرغب به المستهلك
- المنفعة الحيازية: نقل ملكية المنتج إلى المستهلك واستخدامه

2. تسهيل قنوات التوزيع للعملية التبادلية: تقلل عملية التوزيع من عمليات التبادل، وبالتالي تقليل تكاليف

التوزيع

التوزيع

• وظائف قنوات التوزيع 3-2



التوزيع

• وظائف قنوات التوزيع 3-3

3. التزويد بالمعلومات التسويقية: يقوم الوسطاء بتحليل السوق والمبيعات وتقديمها إلى المنتجين
4. الترويج للمنتجات: كالبيع الشخصي
5. التوزيع المادي: النقل والتخزين والمناولة ومراقبة المخزون
6. التفاوض: التوصل إلى اتفاق مع المستهلكين النهائيين او المستخدمين الصناعيين في نقل ملكية السلعة
7. تحمل المخاطر: فقد لا تكون هذه المنتجات مطلوبة في السوق
8. التمويل: خاصة تغطية مصاريف النقل والتوزيع والتخزين وغيرها

التوزيع

• أهمية قنوات التوزيع 1-2

ذكر كتاب التسويق ان العملية التسويقية تعثرها فجوة كبيرة، كون المنتج في مكان المستهلك في مكان آخر، وأنواع الفجوات هي:

1. الفجوة الفراغية: وهو ان المنتجين يتواجدون في أماكن إنتاجهم، وكذلك المستهلكين يتواجدون في إمكانهم، ويجب ان يكون هنالك قنوات للتوزيع للوصول بينهم
2. الفجوة الزمانية: إذا تم الإنتاج في وقت لا يرغب فيه المستهلك، وهنا تظهر أهمية القنوات التوزيعية كونها توفر المنتجات في جميع الأوقات التي يرغب بها المستهلكين
3. الفجوة المعلوماتية: فالمنتج بعيد عن المستهلك، ولذلك تأخذ قنوات التوزيع دورها في نقل المعلومات التي يرغب المنتج لإيصالها إلى المستهلكين
4. الفجوة في القيمة: يتم تسعير المنتجات من قبل المنتج على أساس التكلفة غالباً، ويتم تقييم المنتجات من قبل المستهلك على أساس المنفعة الاقتصادية من المنتج، لذلك يتم تعريف المنتج بإمكانيات المستهلك عن طرق القنوات التوزيعية

التوزيع

• أهمية قنوات التوزيع 2-2

5. الفجوة الحيازية/ التملكية: يمتلك المُنتج السلعة او الخدمة مع عدم حاجته لها، وفي المقابل لا يرغب المستهلك بمجموعة من السلع او الخدمات، ولذلك يأتي دور قنوات التوزيع التي تنقل ملكية السلع من المُنتجين إلى المستهلكين

التوزيع

• أنواع قنوات التوزيع (الوسطاء) 2-1

1. قنوات التوزيع حسب الاتجاه

- التوزيع المباشر: من المُنتج إلى المستهلك مباشرة دون وجود أي وسيط، وفي الغالب تنطبق على الخدمات
- التوزيع غير المباشر: وهو وجود وسيط او مجموعة من الوسطاء بين المُنتج إلى المستهلك النهائي

2. قنوات التوزيع حسب المنتجات

- قنوات التوزيع للمنتجات الاستهلاكية:

- لا يوجد أي وسيط من المُنتج إلى المستهلك، كمثال شركة ديل للكمبيوترات حيث باعت الكثير من من منتجاتها عبر الانترنت مباشرة
- وسيط واحد وهو تاجر التجزئة، كمثال السوبرماركت
- وسيطين، وهم تاجر الجملة وتاجر التجزئة، كمثال المواد التموينية
- ثلاث وسطاء هم السماسرة او الوكلاء، وتجار الجملة، وتجار التجزئة، كمثال المواد الغذائية
- وسيطين، وكيل، وتاجر التجزئة، في حالة احتياج تاجر التجزئة إلى وكيل

التوزيع

• تجارة التجزئة Retailing 3-1

- إن ملكية السلعة تنتقل إلى تاجر الجملة تاجر التجزئة، بينما لا تنتقل الملكية السلعة إلى الوكلاء او السماسرة
- تعريف متاجر التجزئة «هي المؤسسة التسويقية التي تعمل على توزيع السلع/ الخدمات للمستهلك الأخير لاستعماله الشخصي إذ تعمل هذه المتاجر على خلق المنفعة المكانية والزمانية والحيازية عن طريق عرض السلع الملائمة للمستهلك الأخير»

التوزيع

• تجارة التجزئة Retailing 3-2

• أهم وظائف تاجر التجزئة:

- تجميع السلع من مصادر مختلفة وعرضها للمستهلك الأخير
- تقدير طلب السوق، والاحتفاظ بالمخزون السلعي لمقابلة الطلب
- التعرف على احتياجات ورغبات المستهلكين
- تقديم خدمة الضمان وتسهيلات الدفع كالبصحة والائتمان والتقسيم
- القيام بعمليات متعلقة بالترويج والاعلان عن السلع
- القيام بوظيفة التخزين للاستفادة من تقلبات الأسعار
- تقديم بيانات للمنتج عن سلوك المستهلك ورغباته والموقف التنافسي للسلع

التوزيع

• تجارة التجزئة 3-3 Retailing

• أنواع متاجر التجزئة

➤ المتاجر المستقلة، كمثال البقالات والمتاجر الصغيرة، وهي نوعين:

✓ متاجر مستقلة عامة مثل البقالات

✓ متاجر مستقلة محدودة متخصصة في بيع مجموعة سلعية واحد مثل الملابس او الأدوات الكهربائية

➤ متاجر السلسلة، وهي منشآت تجزئة تضم اكثر من متجر، وتبيع نفس السلع كمثال برجر كنج

➤ متاجر الأقسام، وهي متاجر تجزئة كبيرة مع عدد كبير من السلع المختلفة كمثال المولات

➤ متاجر السوبرماركت، متجر مستقل او مرتبط، ويبيع منتجات متنوعة ومتعددة، كمثال بنده

➤ الجمعيات التعاونية الاستهلاكية، بيع المنتجات الاستهلاكية بأسعار منخفضة

➤ بيوت البيع بالخصم، تتخذ سياسة الخصم كعامل أساسي في البيع، فكلما ارتفعت الكمية، كلما ارتفع الخصم

التوزيع

• متاجر الجملة 1-3

- يعتبر وسيط بين المُنتج و تاجر التجزئة
- الخدمات التي يقدمها تاجر الجملة لتاجر التجزئة:
 - التجميع ثم التوزيع
 - ضمان السلع وتسوية المشاكل الخاصة بذلك
 - الائتمان التجاري
 - مساعدات لتوزيع السلع
 - يتولون تدريب مندوبي البيع العاملين لدى تاجر التجزئة
 - يتحمل تاجر الجملة المخاطر التجارية ويرفعها عن كاهل تاجر التجزئة
 - دراسة طلب المستهلكين النهائيين للسلع في المنطقة التي يخدمها تاجر التجزئة

التوزيع

• متاجر الجملة 2-3

- الخدمات التي يقدمها تاجر الجملة للمُنتج:
 - تخطيط المنتجات من خلال توفير المعلومات الضرورية عن السوق
 - البيع إذ يشتري تاجر الجملة ويعيد بيعها لتاجر التجزئة
 - النقل: إذ يمتلك تاجر الجملة وسائل النقل الخاصة به
 - التخزين: إذ يمتلك تاجر الجملة مخازن خاصة به
 - دراسة السوق وتقديم المعلومات للمُنتج
 - الترويج من خلال الاستعانة بمندوبي البيع التابعين لهم

التوزيع

• متاجر الجملة 3-3

• أنواع متاجر الجملة:

- متاجر الجملة العادية: تقوم بجميع وظائف تجارة الجملة، من شراء السلع والبيع، والتخزين، ومنح الائتمان التجاري وتوصيل الطلبات للمشتريين، وهذه المتاجر كبيرة جدا
- متاجر جملة متخصصة/ محدودة الوظائف: تقوم بعدد محدود من وظائف تجارة الجملة، وهي على أقسام:
 - ✓ متعهدين التوزيع/ متاجر الدفع النقدي: فقط البيع بالنقد، وعلى تاجر التجزئة نقل ما تتم شراؤه
 - ✓ متعهدين التوزيع/ والائتمان المحدود: إذ تقوم هذه المتاجر بتوصيل السلع بشكل ائتماني وعلى فترات زمنية محددة
 - ✓ متعهدين الطلبيات: يقوم هؤلاء بتجميع الطلبيات من تجار التجزئة، وبذلك يكون الطلب عالي، ويحصلون على اعلى خصم من المنتج، ومن ثم يقوم المنتج بإيصال الطلبيات إلى تجار التجزئة مباشرة

التوزيع

• الوسطاء الوظيفيون 1-1

• الوسطاء الوظيفيون لا تنتقل ملكية السلع إليهم، بل يحصلون على عمولة، ووظائفهم:

➤ السماسرة: يقومون بعملية المفاوضات لتسهيل عملية البيع

➤ الوكلاء: فقد يكون له الحيابة المادية للسلعة، وهو يمثل البائع او المشتري مقابل عمولة

➤ وكلاء الشراء: يمثل المشتري ويقوم بأعمال الاستلام والتخزين والتخليص الجمركي وغيرها من الاعمال

ويحصل على عمولة

➤ وكلاء البيع: يعد بمثابة مدير تسويق للمُنتج ومدير مبيعات، وله تأثير كبير على الأسعار وشرط الدفع

➤ وكيل المُنتج: له سلطة أقل من وكيل البيع، فلا يبيع كل ما يتم إنتاجه من المُنتج، وعمله محدود في منطقة

جغرافية معينة ومحدودة ولا يستطيع التأثير بشكل كبير على الأسعار شروط الدفع

التوزيع

• البيع المباشر 1-1

• التوزيع بشكل مباشر، كمثل:

- مندوب البيع للشركة
- البيع بالكتالوجات عبر البريد
- البيع الآلي، استخدام ماكينات البيع
- البيع الإلكتروني