

ادارة التجزئة
- مدخل تسويقي -

دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع

جميع الحقوق محفوظة © لا يسمح إصدار هذا الكتاب أو أي جزء منه أو تخزينه أو استنساخه أو نقله، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات أو استرجاعها، دون الحصول على إذن خطي مسبق من دار اليازوري العلمية .

إن المسح الضوئي أو التحميل أو التوزيع لهذا الكتاب من خلال الانترنت أو أي وسيلة أخرى بدون موافقة صريحة من دار اليازوري العلمية هو عمل غير قانوني. رجاء شراء النسخ الإلكترونية المعتمدة فقط لهذا العمل، وعدم المشاركة في قرصنة المواد المحمية بموجب حقوق النشر والتأليف، سواء بوسيلة إلكترونية أو بأي وسيلة أخرى أو التشجيع على ذلك.
﴿ نقدر دعمك لحقوق المؤلفين والناشرين ﴾

الطبعة العربية | 2023

المملكة الأردنية الهاشمية

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية 2022/6/2954

381.1

حواس، مولود عبد العزيز

ادارة التجزئة ، مدخل تسويقي / مولود عبد العزيز حواس، كلثوم يوسف البيز-عمان ؛ دار اليازوري للنشر والتوزيع ، 2022 ()

ر. 2022/6/2954، 1.

الوصافات ، /تجارة التجزئة//تسويق التجزئة //التخطيط الاستراتيجي//خدمات التوزيع/

يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى

دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع

عمان - الأردن

E-MAIL:INFO@YAZORI.COM

يمكنك الحصول على نسختك ايضاً من خلال

Google



Yazori Book Store



amazon



ادارة التجزئة

- مدخل تسويقي -

كتاب مُحكم علميا

تاليف

الدكتورة كلثوم يوسف البز

الدكتور مولد عبد العزيز حواس



فهرس المحتويات

11 مقدمة

الفصل الأول

أساسيات قنوات التوزيع

- 1- مدخل إلى التوزيع: 15
- 1.1- مفهوم التوزيع: 15
- 2.1- أهمية التوزيع: 17
- 3.1- أهداف التوزيع: 18
- 4.1- وظائف التوزيع: 19
- 5.1- سياسات التوزيع: 22
- 2- وسطاء التوزيع: 26
- 1.2- أسباب استخدام الوسطاء: 27
- 2.2- أهمية الوسطاء: 28
- 3.2- أنواع الوسطاء: 32
- 4.2- معايير اختيار الوسطاء: 35
- 5.2- تنمية العلاقات مع الوسطاء: 37
- 6.2- تقييم أداء الوسطاء: 39
- 3- تسيير قنوات التوزيع: 40
- 1.3- أهمية قنوات التوزيع: 41
- 2.3- الاعترابات الخاصة باختيار قنوات التوزيع: 42
- 3.3- نطاق التوزيع: 49

- 4.3- تكامل قنوات التوزيع: 53
- 5.3- تعديل قنوات التوزيع: 54
- أسئلة ومشكلات: 56
- حالة تطبيق عملي: 58
- مراجع الفصل الأول: 58

الفصل الثاني: متاجر التجزئة

- 1- ماهية تجارة التجزئة: 65
- 1.1- مفهوم تجارة التجزئة: 65
- 2.1- خصائص تجارة التجزئة: 67
- 3.1- أهمية تجارة التجزئة: 69
- 4.1- وظائف تاجرة التجزئة: 70
- 5.1- تطور ونمو تجارة التجزئة: 73
- 2- أنواع متاجر التجزئة: 75
- 1.2- متاجر التجزئة التي يتم فيها البيع: 76
- 2.2- البيوع خارج متاجر التجزئة: 95
- 3- العوامل الخارجية المؤثرة في نمو وتطور متاجر التجزئة: 100
- 1.3- البيئة السياسية والقانونية: 100
- 2.3- البيئة الاقتصادية: 102
- 3.3- البيئة التكنولوجية: 104
- 4.3- البيئة التنافسية: 105
- 5.3- موارد المستهلكين وتغييرها: 109
- 7.3- البيئة الحضارية والاجتماعية: 112
- 4- استراتيجيات متاجر التجزئة: 115
- 1.4- استراتيجية النمو الوطني: 115
- 2.4- استراتيجية النمو الدولي: 118

- 5- أهم مخاطر متاجر التجزئة وسبل الرقابة عليها: 121
- 6- سبل نجاح متاجر التجزئة: 126
- أسئلة ومشكلات: 128
- حالة تطبيق عملي: 129
- مراجع الفصل الثاني: 130

الفصل الثالث

التخطيط الاستراتيجي وتقنيات المتاجرة في متاجر التجزئة

- 1- التخطيط الاستراتيجي في متاجر التجزئة: 139
- 1.1- مفهوم التخطيط الاستراتيجي في متاجر التجزئة: 139
- 2.1- نماذج التخطيط الاستراتيجي في متاجر التجزئة: 141
- 2- مدخل لتقنيات المتاجرة: 145
- 1.2- مفهوم تقنيات المتاجرة: 145
- 2.2- نشأة تقنيات المتاجرة في متاجر التجزئة: 150
- 3.2- أهداف تقنيات المتاجرة: 162
- 4.2- أشكال تطبيق تقنيات المتاجرة: 165
- 5.2- المداخل النفسية لتقنيات المتاجرة: 166
- أسئلة ومشكلات: 167
- حالة تطبيق عملي: 168
- مراجع الفصل الثالث: 168

الفصل الرابع

هندسة وتصميم متجر التجزئة

- 1- دراسة منطقة الجذب التجاري للمتجر: 173
- 1.1- مفهوم منطقة الجذب التجاري: 174
- 2.1- مساحة منطقة الجذب التجاري: 175

- 3.1- خطوات تحديد منطقة الجذب التجاري: 176
- 4.1- طرق تحديد منطقة الجذب التجاري: 177
- 5.1- تقييم الطلب المحتمل لمنطقة الجذب التجاري: 185
- 2- تسيير مساحة البيع: 185
- 1.2- أهداف التنظيم الداخلي لمتجر التجزئة: 186
- 2.2- الموقع المناسب لعرض المنتجات: 187
- 3.2- حركة الزبائن داخل المتجر: 190
- 4.2- تنظيم الأجنحة: 192
- 5.2- القواعد الأساسية لتموضع الأرفف: 195
- 6.2- توزيع فضاء البيع بين المنتجات: 196
- 7.2- أساليب عرض المنتجات داخل متاجر التجزئة: 199
- 8.2- ترتيب المنتجات على أثاث العرض: 201
- 9.2- البيئة المادية للمتجر: 205
- 10.2- الرقابة والتقييم: 209
- 3- التسويق الحسي في متاجر التجزئة: 212
- 1.3- تعريف التسويق الحسي: 212
- 2.3- أهداف التسويق الحسي: 213
- 3.3- مراحل تطبيق التسويق الحسي: 214
- 4.3- أدوات التسويق الحسي وأثرها على سلوك المستهلك: 216
- أسئلة ومشكلات: 237
- حالة تطبيق عملي: 239
- مراجع الفصل الرابع: 239