

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ
ช่องทางการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่าย หมายถึง



หมายถึง

เป็นวิธีการนำสินค้าหรือบริการ ผ่านคนกลาง และกิจกรรมต่าง ๆ ไปสู่ลูกค้าหรือผู้ซื้อในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสมที่ลูกค้าหรือผู้ซื้อสามารถมาซื้อสินค้าหรือบริการได้อย่างรวดเร็ว มีลักษณะดังต่อไปนี้

การจัดจำหน่ายที่ดีจะสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

- ▶ การลดต้นทุน
- ▶ กระจายสินค้าได้ง่าย
- ▶ มีฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

หน้าที่ช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจท่องเที่ยว

- ▶ การรวบรวมสินค้า
- ▶ การแปรรูปสินค้า
- ▶ การกระจายสินค้า

หน้าที่ของคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย

- ▶ กิจกรรมการซื้อและการขาย
- ▶ การจัดหาสินค้าและบริการต่าง ๆ
- ▶ การเงิน
- ▶ ทำหน้าที่ทยอยขายและเก็บรักษาสินค้าและบริการ
- ▶ การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด
- ▶ การตั้งราคา
- ▶ การลดความเสี่ยง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนด
จำนวนระดับของ
ช่องทางการจัดจำหน่าย

การพิจารณาด้านการตลาด

- ▶ การเข้าถึงตลาด
- ▶ ตลาดผู้บริโภคและตลาดอุตสาหกรรม
- ▶ จำนวนของลูกค้าผู้คาดหวัง
- ▶ การรวมกลุ่มกันทางภูมิศาสตร์ของตลาด
- ▶ ขนาดของคำสั่งซื้อ

การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์

- ▶ ผลิตภัณฑ์บริการและผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
- ▶ มูลค่าต่อหน่วยของสินค้าและบริการ
- ▶ ลักษณะทางเทคนิคของผลิตภัณฑ์
- ▶ ความล้ำสมัยเร็วของผลิตภัณฑ์

การพิจารณาด้านคนกลาง

- ▶ การให้บริการของคนกลาง
- ▶ ความสามารถในการหาคนกลางที่ต้องการ
- ▶ ทัศนคติของคนกลางที่มีต่อนโยบายของผู้ผลิต

การพิจารณาด้านโรงแรมเราเอง

- ▶ สถานะการเงินของบริษัท
- ▶ ขีดความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่ม
- ▶ ความสามารถในการบริหาร
- ▶ ความต้องการในการควบคุมช่องทาง
- ▶ บริการที่ผู้ผลิตต้องจัดหาให้

ความชัดเจนของกลยุทธ์ในช่องทาง

- ▶ การใช้ตัวแทนหรือเอเย่นต์ของผู้ผลิตอิสระ
- ▶ การสร้างหน่วยงานขายโดยตรงเพื่อขายให้กับผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม