



شبكة المعلومات الجامعية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





شبكة المعلومات الجامعية



شبكة المعلومات الجامعية

التوثيق الالكتروني والميكرو فيلم

جامعة عين شمس

التوثيق الالكتروني والميكروفيلم

قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها
على هذه الأفلام قد أعدت دون أية تغيرات



يجب أن

تحفظ هذه الأفلام بعيداً عن الغبار

في درجة حرارة من 15 – 20 مئوية ورطوبة نسبية من 20-40 %

To be kept away from dust in dry cool place of
15 – 25c and relative humidity 20-40 %



شبكة المعلومات الجامعية



بعض الوثائق الأصلية تالفة



شبكة المعلومات الجامعية



بالرسالة صفحات

لم ترد بالأصل

B1. ٤٢٢

جامعة الإسكندرية

كلية التجارة

قسم إدارة الأعمال

تأثير بعض مصادر القوة على إدراك تجار الجملة
لطبيعة العلاقة مع القائد في قناة التوزيع

رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

مقدمة من الطالب

محمد أحمد محمد حسان

تحت إشراف

السيد الدكتور/ إسماعيل محمد السيد

أستاذ إدارة الأعمال المساعد

كلية التجارة - جامعة الإسكندرية

الأستاذ الدكتور/ محمد صالح الحناوى

أستاذ ورئيس قسم إدارة الأعمال

كلية التجارة - جامعة الإسكندرية

شكر وتقدير

الحمد لله من قبل ومن بعد . فالحمد لله الذى هدانا لهذا وما كنا لنهتدى لولا أن هدانا الله .
والشكر لله الذى علمنى ما لم أكن أعلم. وكان فضل الله عظيماً. والصلاة والسلام على سيدنا
محمد وعلى آله وصحبه وسلم .

يسعد الباحث أن يتقدم بخالص الشكر والتقدير لكل من قدم له العون فى إنجاز هذه
الرسالة. وأخص بالشكر وعميق التقدير أستاذى الفاضل الدكتور/ محمد صالح الحناوى الذى
كان لتعاونيه الصادق وتوجيهاته أثر كبير فى إنجاز هذه الرسالة .

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير والعرفان بالجميل إلى أستاذى الفاضل
الدكتور/إسماعيل محمد السيد لتشجيعه الدائم طوال فترة إعداد الرسالة ومثابرته وما بذله
من جهد شاق فى إتمام هذه الرسالة.

وأتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى أستاذى الفاضل الدكتور/ محمد سعيد عبد الفتاح
على تفضله بقبول مناقشة الرسالة مما اعتبره شرفاً كبيراً لى. كما أتقدم أيضاً بشكرى
وتقديرى للأستاذ الدكتور/ محمود صادق بزرعه لتفضله بقبول مناقشة الرسالة بالرغم من
ضيق وقته وكثرة مسؤولياته مما اعتبره شرفاً كبيراً لى .

ويسعد الباحث أيضاً أن يتقدم بكل الشكر والعرفان إلى الأستاذ/ سمير رجب - رئيس
مجلس إدارة شركتى ستيا وفستيا، وكذلك الأستاذ/ زكريا محمد عويس رئيس القطاع التجارى
بشركة كفر الدوار ، على حسن تعاونهما مع الباحث فى عملية جمع البيانات .

وأخيراً ، أتوجه بكل الشكر والعرفان إلى أبى وأمى وأخواتى الذين كان لتشجيعهم
المستمر الأثر الأساسى فى إنجاز هذه الرسالة .

"ربنا لا تؤاخذنا إن نسينا أو أخطأنا ربنا ولا تحمل علينا إصراً كما حملته على الذين
من قبلنا ربنا ولا تحملنا ما لا طاقة لنا به واعف عنا واغفر لنا وارحمنا أنت مولانا فانصرنا
على القوم الكافرين"

صدق الله العظيم

"سورة البقرة - آية ٢٨٦"

المحتويات

الصفحة	الفصل الأول :
٢	١- مقدمة .
٤	٢- مشكلة الدراسة .
٥	٣- أهداف الدراسة .
٥	٤- أهمية الدراسة .
٥	٥- منهج الدراسة .
٦	٥-١ فروض الدراسة .
٧	٥-٢ تحديد متغيرات الدراسة .
٧	٥-٣ مفردات الدراسة .
٨	٥-٤ أسلوب جمع البيانات .
٨	٥-٥ أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة .
٩	٥-٦ حدود الدراسة .
٩	٦- خطة الدراسة .
١١	الفصل الثاني : إدارة قناة التوزيع
١٢	مقدمة .
١٤	قيادة قناة التوزيع .
١٨	المنتج كقائد لقناة التوزيع .
٢٠	تاجر الجملة كقائد لقناة التوزيع .
٢١	تاجر التجزئة كقائد لقناة التوزيع .
٢٣	نموذج ستيرن وريف .
٢٦	الفصل الثالث : الدراسات السابقة
٢٧	أولا مجموعة الدراسات التي تناولت العوامل المؤثرة في أنشطة وعلاقات الأعضاء داخل قناة التوزيع وفقا لنموذج ستيرن وريف :
٢٧	١- مفهوم القوة .

٣٠	أ- القوة دالة في الاعتمادية .
٣٣	ب- القوة دالة في مصادر القوة .
٤٥	٢- مفهوم الصراع .
٥٠	٣- مفهوم التعاون .
٥٢	٤- مفهوم الرضا .
	ثانياً مجموعة الدراسات التي تناولت العلاقة بين المتغيرات الخاضعة
٥٤	للدراصة :
	١- الدراسات التي تناولت العلاقة بين مصادر القوة وقوة قائد
٥٤	القناة .
٦٨	٢- الدراسات التي تناولت العلاقة بين مصادر القوة والصراع .
٧٧	٣- الدراسات التي تناولت العلاقة بين مصادر القوة والتعاون .
	٤- الدراسات التي تناولت العلاقة بين مصادر القوة ورضا
٨١	أعضاء القناة .
	٥- العلاقة بين العوامل التي تعكس العوامل الوجدانية لنموذج
٩٤	ستيرن وريف .

٩٨	الفصل الرابع : تصميم الدراسة الميدانية واختبار فروض الدراسة
٩٩	أولاً تصميم الدراسة الميدانية :
٩٩	١- أهداف الدراسة الميدانية .
٩٩	٢- فروض الدراسة .
١٠٠	٣- تعريف وقياس متغيرات الدراسة .
١٠٦	٤- مفردات الدراسة .
١٠٨	٥- أسلوب جمع البيانات .
١٠٨	٦- إعداد البيانات لأغراض التحليل الإحصائي .
١١٠	٧- حدود الدراسة .
١١١	ثانياً تحليل البيانات واختبار فروض الدراسة .
١٢١	الفصل الخامس : مناقشة النتائج والتوصيات

١٢٢	أولاً مناقشة النتائج :
١٢٣	١- النتائج التي تتعلق بأثار استخدام مصادر قوة العوائد .
١٢٦	٢- النتائج التي تتعلق بأثار استخدام مصادر القوة الجبرية .
	٣- النتائج التي تتعلق بامتلاك القائد لمصادر القوة ذات الأثر
١٢٨	المباشر فقط دون استخدام واستخدامها بالفعل .
	٤- العلاقة بين متغيرات الصراع والتعاون ورضا أعضاء القناة
	والتي تعكس الأبعاد الوجدانية بين أعضاء القناة والقائد في قناة
١٣٢	التوزيع .
١٣٤	ثانياً توصيات الدراسة والبحوث والمقترحات :
١٣٥	١- توصيات الدراسة .
١٣٨	٢- اقتراحات لدراسات قادمة .
١٤٠	مراجع الدراسة
١٥٠	ملاحق الدراسة

قائمة الأشكال

الصفحة

- ١٦ ١- محددات قيادة أحد الأعضاء لقناة التوزيع .
- ٤٠ ٢- دور التهديدات والوعود فى تنمية مصادر القوة .
- ٤٠ ٣- دور التهديدات والوعود عند استخدام القائد لمصادر القوة .
- ٤١ ٤- دور استراتيجيات تأثير المقترحات والوعود فى تطبيق قائد القناة لقوته .
- ٤٩ ٥- تأثير الصراع على مستوى الأداء وفقا لروزنبلوم .
- ٥٦ ٦- العلاقات المفترضة بين مصادر القوة واستخدامها أو عدم استخدامها وقوة قائد القناة وفقا لنموذج جاسكى ونيفين .
- ٧٠ ٧- نموذج جاسكى ونيفين للآثار المترتبة على استخدام أو عدم استخدام القائد لمصادر القوة .

قائمة الجداول

الصفحة

٢٩	١- أثار القوة المطبقة وفقاً لنموذج كازوليس وسبيكمان .
٣٤	٢- مصادر القوة المختلفة وتعريفها .
٣٧	٣- ملخص لتصنيف مصادر القوة وفقاً للدراسات المختلفة .
٦٠	٤- ملخص للدراسات التى تناولت العلاقة بين مصادر القوة وقوة قائد القناة .
٧٢	٥- ملخص للدراسات التى تناولت علاقة مصادر القوة ودرجة الصراع بين أعضاء قناة التوزيع .
٧٩	٦- ملخص للدراسات التى تناولت علاقة مصادر القوة والتعاون بين أعضاء القناة.
٨٥	٧- ملخص للدراسات التى تناولت علاقة مصادر القوة ورضا أعضاء القناة عن علاقتهم مع القائد .
٩٥	٨- ملخص للدراسات التى تناولت العلاقة بين متغيرات الصراع ، التعاون ، ورضا أعضاء القناة .
١٠٣	٩- درجة الثبات الخاصة بالمقاييس التى استخدمها كل من جاسكى وجون فى دراساتهم المتعددة .
١٠٣	١٠- التعاريف المفاهيمية والاجرائية للمتغيرات موضوع الدراسة .
١٠٦	١١- إنتاج ومبيعات شركات قطاع الأعمال العام للغزل والنسيج وذلك عن الفترة التى تم فيها جمع البيانات الميدانية .
١٠٨	١٢- عدد العبارات المستخدمة لقياس كل متغير من متغيرات الدراسة .
١٠٩	١٣- معاملات اختبار الثبات لمقاييس المتغيرات المستخدمة فى الدراسة .
١٠٩	١٤- التغير فى معاملات الثبات للمتغيرات التى أستبعد منها بعض العبارات .
١١١	١٥- الوسط الحسابى لكل عبارة من العبارات المستخدمة فى قياس قوة العوائد المدركة .
١١٢	١٦- الوسط الحسابى لكل عبارة من العبارات المستخدمة فى قياس القوة الجبرية المدركة.

- ١٧- الوسط الحسابى لكل عبارة من العبارات المستخدمة فى قياس قسوة العوائد المطبقة بالفعل . ١١٣
- ١٨- الوسط الحسابى لكل عبارة من العبارات المستخدمة فى قياس القوة الجبرية المطبقة بالفعل . ١١٣
- ١٩- الوسط الحسابى لمتغيرات قوة قائد القناة ، ودرجة الصراع الموجودة داخل القناة، والتعاون ، ورضا أعضاء القناة عن تعاملهم مع قائد القناة ، والتعاون بين أعضاء القناة . ١١٤
- ٢٠- ملخص نتائج معاملات الارتباط المتعلقة باختبار الفروض من ١ إلى ٧ . ١١٥
- ٢١- معاملات الانحدار للمتغيرات موضوع الاختبار للفروض من ٨ إلى ١٠ . ١١٩

الفصل الأول

- ١- مقدمة .
- ٢- مشكلة الدراسة .
- ٣- أهداف الدراسة .
- ٤- أهمية الدراسة .
- ٥- منهج الدراسة .
- ٥-١ فروض الدراسة .
- ٥-٢ تحديد متغيرات الدراسة .
- ٥-٣ مفردات الدراسة .
- ٥-٤ أسلوب جمع البيانات .
- ٥-٥ أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة .
- ٥-٦ حدود الدراسة .
- ٦- خطة الدراسة .

مقدمة :

تتكون قنوات التوزيع من جهود العديد من المنظمات ، والتي تتعاون بهدف خلق انسياب السلع والخدمات من نقط الإنتاج إلى نقط الاستهلاك (Stern and El-Ansary, 77) . ولذلك فقد سميت قنوات التوزيع بأنظمة ما بين المنظمات Interorganizational systems .

ومن أجل الحصول على مخرجات مرضية لكل أعضاء القناة — والتي قد تتمثل في زيادة المبيعات للمنتج ، وتحقيق هامش ربح عالٍ لتاجر الجملة ، ومعدل دوران عالٍ لمبيعات تاجر التجزئة - يجب الحفاظ على ، وتحسين القدرات التنافسية لقنوات التوزيع . ويتحقق ذلك من خلال استخدام أسلوب فعال في التنسيق والرقابة على الأنشطة التي تحدث داخل القناة. ويركز ذلك الأسلوب على كيفية إدارة العلاقات الاقتصادية والاجتماعية بغرض الحصول على رضا أعضاء القناة عن تلك العوائد التي يحصلوا عليها نتيجة لوجودهم في قناة التوزيع عند أقل تكلفة ممكنة ، وكذلك الحصول على رضا المستهلك النهائي .

وتتطلب الإدارة الفعالة للقناة ضرورة وجود قائد لها . وتتحدد كفاءة وفاعلية هذا القائد بناء على طريقة استخدامه لمصادر القوة المختلفة بغرض التأثير على سلوك أعضاء القناة . وتتوقف درجة نجاح القائد في تحقيق ذلك التأثير على درجة رضا أعضاء القناة عن العلاقة بينهم وبين قائد القناة (Stern and El-Ansary, 88) . ولذا فإن معظم الدراسات التي تناولت إدارة العلاقات بين الأعضاء داخل قناة التوزيع قد اهتمت بمفهوم الرضا لأعضاء القناة، (الصفحة ٩١ ،

Rosenberg and Stern , 71 ; Hunt and Nevin , 74; Gaski, 84; 86;87 ; John, 84; Gaski and Nevin, 85; Frazier, Gill and Kale,89; Keith, Jackson and Crosby; 90; Anderson and Nours, 90 and Scheer and Stern, 92)