

Seat No. : _____

AU-120

May-2016

B.Com., Sem.-II

**CE-102 : Distribution Management
(Advanced Business Management (Main))**

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

1. (a) વિતરણ ચેનલ સંચાલનનો ખ્યાલ સ્પષ્ટ કરી, વિતરણ ચેનલ દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવતી સેવાઓ ચર્ચો. 6
- અથવા**
- ઉત્પાદકથી ગ્રાહક સુધી, પેદાશને પહોંચાડવા માટે ઉત્પાદક દ્વારા કઈ-કઈ વૈકલ્પિક ચેનલ માધ્યમોનો તે ઉપયોગ કરી શકે છે તે ચર્ચો.
- (b) વિતરણ કાર્ય કઈ રીતે પેદાશનાં મૂલ્યમાં વધારો કરી શકે છે ? 4
- અથવા**
- વિતરણ માધ્યમોની જરૂરિયાત કેમ ઉદ્ભવી છે ?
- (c) વિતરણ સંચાલન વ્યૂહરચનામાં કઈ બાબતો આવરી લેવામાં આવે છે ? 4
- અથવા**
- નોંધ લખો : બજાર મધ્યસ્થીઓ
2. (a) ગ્રાહકલક્ષી ચેનલની રચનામાં, કઈ-કઈ બાબતોનું ધ્યાન રાખવું જરૂરી છે ? 6
- અથવા**
- વિતરણ ચેનલ અંગેના પડતર વિશ્લેષણની સમજૂતી આપો.
- (b) વાટાઘાટો તેમજ ધિરાણ અંગેના ચેનલ પ્રવાહો ચર્ચો. 4
- અથવા**
- નોંધ લખો : માલિકીપણાનો પ્રવાહ
- (c) નોંધ લખો : જોખમ ઉપાડવા તેમજ ચૂકવણી અંગેના પ્રવાહો. 4
- અથવા**
- આદર્શ ચેનલનું ઘડતર કઈ રીતે કરવામાં આવે છે ?
3. (a) “ચેનલ સંબંધોમાં સત્તાનું મહત્ત્વ” સમજાવો. 6
- અથવા**
- વિતરણ ચેનલનું નિયમિત મૂલ્યાંકન કરવું શા માટે જરૂરી છે ?

- (b) ચેનલ સ્થાનનિર્ધારીકરણ એટલે શું ? 4
અથવા
 નોંધ લખો : વળતર અને દબાણ દ્વારા સત્તા
- (c) નોંધ લખો : ધંધાકીય વ્યવહાર વિશિષ્ટ સંબંધ અને સંબંધલક્ષી વિનિમયલક્ષી સંબંધ 4
અથવા
 ચેનલનાં મુખ્ય તત્ત્વો જણાવો.
4. (a) “પ્રભાવ વ્યૂહરચનાઓ દ્વારા ચેનલ નેતા પોતાની સત્તાનો ઉપયોગ કરે છે.” – ચર્ચા કરો. 6
અથવા
 ચેનલ સંઘર્ષ થવા અંગેનાં કારણો જણાવો.
- (b) ચેનલ સભ્યોને પ્રેરિત કરવા, કયા-કયા પગલાં ભરવા જોઈએ ? 4
અથવા
 સંઘર્ષ ઉકેલ માટે વાટાઘાટો વ્યૂહરચનાઓ કેટલી ઉપયોગી છે ?
- (c) ચેનલ સંઘર્ષ પ્રક્રિયા સમજાવો. 4
અથવા
 “સંઘર્ષ ઉકેલ પ્રણાલી”ની સમજૂતી આપો.
5. નીચેના પદો એક-બે પંક્તિમાં સમજાવો : 14
- (1) વિતરણ ચેનલ
 - (2) ભૌતિક અંતર અંગેની ક્ષતિ
 - (3) પડતર વિશ્લેષણ
 - (4) ચેનલ નેતા
 - (5) ચેનલ અંકુશ
 - (6) વિતરણ ચેનલની વ્યૂહરચના
 - (7) ગ્રાહકલક્ષી ચેનલ
 - (8) જથ્થાબંધ વેપારી
 - (9) પેદાશ મૂલ્યમાં વૃદ્ધિ
 - (10) નિષ્ણાત રૂપે મળેલી સત્તા
 - (11) ચેનલ પ્રવાહ
 - (12) પ્રભાવ અંગેની વ્યૂહરચનાઓ
 - (13) વિતરણ ચેનલ સંચાલન
 - (14) પ્રેરણાનાં સાધનો

AU-120

May-2016

B.Com., Sem.-II

CE-102 : Distribution Management

(Advanced Business Management (Main))

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

1. (a) Explain the concept of Distribution Channel Management. Discuss the services offered by Distribution Channels. **6**

OR

Which are the different alternative channels, that a manufacturer can utilize to despatch goods from producer to the consumers ? Discuss.

- (b) How does the distribution function, bring about value addition in the product ? **4**

OR

Why has the need for distribution mediums arised ?

- (c) Which all points are covered in Distribution Management strategy ? **4**

OR

Write a note on Market Intermediaries.

2. (a) Which are the points that are to be considered while forming a consumer oriented channel ? **6**

OR

Explain cost analysis in context of distribution channel.

- (b) Discuss the Bargaining and Finance Flows. **4**

OR

Write a note on Ownership flow.

- (c) Write a note on : Risk bearing and Payment flows. **4**

OR

How is an ideal channel formed ?

3. (a) Explain the "Importance of power in channel relations". **6**

OR

What is it necessary to regularly evaluate the distribution channel ?

- (b) What is channel positioning ? 4
- OR**
- Write a note on : Power by compensation and coercion.
- (c) Write a note on : Business transaction specific relations and relationship oriented transactions. 4
- OR**
- State the main elements of channel.
4. (a) “The channel leader exercise their powers through influence strategies.” Discuss. 6
- OR**
- State the reasons for channel conflict.
- (b) Which steps must be taken to motivate channel members ? 4
- OR**
- How useful are Bargaining strategies to resolve conflict ?
- (c) Explain the process of channel conflict. 4
- OR**
- Explain, “Conflict Resolving Mechanism”.
5. Explain the following terms in **one – two** sentence : 14
- (1) Distribution channel
 - (2) Errors of physical distance
 - (3) Cost Analysis
 - (4) Channel Leader
 - (5) Channel Control
 - (6) Distribution channel strategy
 - (7) Consumer oriented channel
 - (8) Wholesaler
 - (9) Addition in product value
 - (10) Expertise power
 - (11) Channel flow
 - (12) Influence strategies
 - (13) Distribution channel management
 - (14) Motivational tools