

سياسة التوزيع

3-1- مفهوم التوزيع:

من المفاهيم المحددة للتوزيع نذكر:

- عبارة عن جميع العمليات التي يقوم بها المنتج أو وسيط مكلف، إنطلاقاً من إنتاج المنتج إلى غاية وصوله إلى المستهلك في الوقت والمكان المناسبين، تحت المواصفات والكميات المطلوبة من طرف المستهلك النهائي أو الصناعي.
- التوزيع عبارة عن مجموعة أفراد أو مؤسسات يتم عن طريقها نقل السلع والخدمات من مصادر إنتاجها إلى المستهلك الأخير، فهي التي يتم عن طريقها خلق المنافع الزمنية والمكانية ومنفعة الحياة.
- وكذلك فهو الطريق الذي تسلكه السلعة من المنتج إلى المستهلك النهائي أو المستعمل الصناعي، من خلال مجموعة من الأجهزة المتخصصة، التي تكون إما تابعة للمنظمة أو مستقلة عنها.
- وبالنسبة للجمعية الأمريكية للتسويق فهو تنفيذ أنشطة مختلفة تهدف إلى توجيه تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك أو المستخدم.

3-2- وظائف التوزيع:

تتجلى أهم وظائف التوزيع، في وظائف تقنية وأخرى تسويقية، والتي يمكن تلخيصها في الجدول التالي:
جدول (22) أهم وظائف وظيفية التوزيع

الوظائف التسويقية	الوظائف التقنية
- إختيار التموضع (إحتلال مكانة في ذهن المستهلك)	- معالجة الطلبات.
- إختيار تشكيلة من المنتجات وتسييرها.	- التغليف والتخزين والتصريف والنقل.
- تسيير رفوف المحل.	
- البحث عن الزبائن ونقل المعلومات إلى المنتجين.	
- تأدية خدمات ما بعد البيع.	

وعليه فأهم نشاطات وظيفية التوزيع تتجلى في:

- خدمة الزبائن: تتجلى هذه الخدمة في توفير مختلف المنافع للمستهلكين (المكانية والزمانية والشكلية والحيادية).

- التنبؤ بحجم الطلب المتوقع: أي تحديد الكميات المتوقع طلبها في فترة زمنية ما، بما يسهم في إعداد خطط التموين والإنتاج.

- نشاط النقل: يمثل أحد المكونات الهامة لنشاط التوزيع، أين تصل كلفته من 40-45% من كلفة النظام الكلي.

- نشاط المخزون: بالسعي لتوفير مستوى معقول للمستلزمات للقيام بالعملية الإنتاجية وتلبية طلبات الزبائن.

- إدارة المناولة: ويشمل ذلك إدارة حركة السلع والمواد الخام، من مراكز التخزين إلى مراكز الإنتاج ثم إلى الأسواق والزبائن، كما يشمل كذلك إدارة المستودعات (إختيار المواقع المناسبة والتنظيم الداخلي، وتحديد مناطق الشحن والفحص).

- التغليف: يتضمن هذا النشاط إنتقال المنتجات والمواد الخام، مع عدم تعرضها للتلف أثناء عملية التوزيع والإمداد والمناولة والنقل.

- نظم المعلومات: تتطلب نشاطات التوزيع للمعلومات لتسير بكفاءة عالية، ولكي تحقق الغرض الرئيسي من نشاطات هذه الوظيفة، حيث تتكون هذه النظم من معلومات عن الزبائن، والموردين، وأسعار المواد الأولية والمنافسين.

3-3- قنوات التوزيع:

تعرف قنوات التوزيع بأنها الطريق الذي يأخذه المنتج، لكي يصل من المنتج إلى المستهلك النهائي

أو المستعمل الصناعي، حيث تتجلى قنوات التوزيع في شكلين هما:

- القناة المتوسطة والطويلة: والتي تضم تاجر أو عدة تجار جملة ما بين المنتج وتاجر التجزئة.

- القناة القصيرة: أين يتم بيع المنتج بدون أي وساطة بين المنتج والمستهلك أو تاجر التجزئة.