

قسم الادارة العامة

كلية الادارة والاقتصاد

المرحلة الثانية

إدارة التسويق

م. سعد علي محمود

ماهية التوزيع

أصبح التوزيع في عصرنا وظيفة أساسية في الاقتصاد والتجارة ، فالاستخدام السيئ لهذه الأخيرة سوف يؤدي إلى وجود فجوة في سوق المنتجات والخدمات ويكون سبب في نقص المنتجات.

تعريف التوزيع

لقد تعرض العديد من المفكرين إلى تعريف التوزيع وفي ما يلي سنستعرض البعض منها :-

➤ **التوزيع** "هو عملية إيصال المنتجات من المنتجين أو الموردين إلى المستهلك أو المستعمل باستخدام التوزيع " منافذ التوزيع .

➤ **التوزيع** " هو عبارة عن مجموعة من الوظائف التي يقوم بها المنتجين وحدهم أو باللجوء إلى منظمات أخرى من أجل نقل المنتج النهائي إلى المستهلك النهائي في المكان و الوقت المناسبين وبالشكل والكميات الموافقة الحاجات المستعملين .

➤ **التوزيع** " هو عبارة عن جميع النشاطات التي تمارسها الشركة من أجل إيصال السلع والخدمات إلى المستهلكين في الوقت والمكان المناسبين وبالكمية المطلوبة وبأقل التكاليف تحقق درجة فعالية من الرضا والولاء لدى المستهلكين المستهدفين .

➤ كما يعرف **التوزيع** على أنها "عبارة عن مجموعة الأنشطة التي تعمل على انسياب السلع والخدمات بعد الانتهاء من عمليات الإنتاج والتي غاية وصولها إلى الزبون بطريقة مباشرة أو مروراً بعدد من الوسطاء المقدمين للخدمات اللازمة والكافية للزبائن .

دور التوزيع

إن التوزيع يساهم عن طريق الوظائف التي يقوم بها في تسهيل تصريف المنتجات نحو المستهلك و ذلك في الظروف الملائمة و المتاحة ، و يتجلى دور التوزيع من خلال الأدوار الإيجابية التي يلعبها بالنسبة إلى كل من المنتجين و المستهلك .

أولاً: بالنسبة للمنتج :-

يحقق التوزيع التنظيم للعملية الإنتاجية حيث أنه يسمح بتوفير المنتجات بصفة متواصلة خلال كامل السنة ، من خلال عملية التخزين و الطلبات المسبقة ، كما يسمح بانسياب منتجاته إلى عدة مناطق بالإضافة إلى أنه يساهم في عدم توقف عملية الإنتاج و الابتعاد أو التقليل من تكاليف التخزين ، و يمكن حصر دوره بالنسبة للمنتج بأنه يمثل استمرارية للعملية الإنتاجية ويؤثر في القرارات الأخرى للتسويق .

ثانياً: بالنسبة للمستهلك :-

أنه يلبي رغباته و يضع تحت تصرفه أينما كان وفي أي وقت المنتجات التي هو بحاجة إليها إذ يضعه بعيداً عن المشاكل الإنتاجية ، كما يسمح له بعدم التعامل في الشراء بكميات كبيرة و بالتالي تفرض عليه أموالاً قد يكون لا يمتلكها الأمر الذي كان سيحدث لو توجه مباشرة إلى المنتجين .

أهمية التوزيع

تظهر أهمية التوزيع من خلال الأدوار الإيجابية التي يلعبها بالنسبة لكل من المنتجين و المستهلكين :

1 - بالنسبة للمنتجين

تكمن أهمية التوزيع بالنسبة للمنتجين فيما يلي :

- أ- يسمح التوزيع بتصريف المنتجات ومنع تكديسها في المخازن .
- ب- يضيف التوزيع على العملية الإنتاجية طابع التنظيم و التحكم في الطلب و بالتالي يساعد على توفير المنتجات على مدار السنة .
- ت- يساعد على تحقيق الكفاءة في أداء باقي عناصر المزيج التسويقي المترابطة ببعضها البعض ، فأى خلل أداء وظيفة التوزيع يؤثر حتما على فاعلية باقي العناصر .
- ث- يساعد التوزيع على التحكم في تقنيات البيع ويساهم في تخفيض التكاليف .
- ج- له دوراً بارزاً في إبقاء الصلة قائمة ودائمة بين المؤسسة وزبائنها .
- ح- يضيف التوزيع للمنتج الخدمات الضرورية التي تساعد على تسويقه.

2 - بالنسبة للمستهلك

تكمن أهمية التوزيع بالنسبة للمستهلك فيما يلي :-

- أ- يساعد التوزيع على خلق كل من المنفعة المكانية ، الزمنية ، الشكلية و الحيازية ، هذه المنافع تجعل المستهلك أكثر إقبالاً ووفاء للمؤسسة .

- ب- يسمح التوزيع بالارتقاء بالمستوى المعيشي ويساهم في إنشاء ثقافة استهلاكية جديدة تتماشى مع متطلبات الحياة اليومية للمستهلك .
- ت- التوزيع يبقي المستهلك على اتصال دائم بالمنتجين .
- ث- تحقيق إمكانية حصول المستهلك على السلعة التي تلبي حاجاته ورغباته.

أهداف التوزيع

ليس من السهل تحديد أهداف التوزيع بمعزل عن الأهداف العامة للمؤسسة والأهداف الفرعية للبرنامج التسويقي ، لكن عموما تتمثل أهم أهداف النشاط التوزيعي في ما يلي:-

- ✓ تحقيق درجة أكبر من الانتشار لمنتجات المؤسسة عن طريق توصيلها إلى أسواق جديدة لم يسبق تقديمها فيها .
- ✓ تحسين حصة المؤسسة من السوق الذي تنشط فيه .
- ✓ رفع كفاءة التوزيع في تحقيق رضا المستهلك عن طريق توفير السلعة المكان والوقت المناسبين وبالكميات المطلوبة وبأقل تكلفة ممكنة .
- ✓ سد الفجوة بين المنتج والمستهلك من خلال تسهيل القيام بعمليات الاتصال اللازمة والإمداد بالمعلومات الضرورية.

وظائف التوزيع

يقوم التوزيع بأداء عددا من الوظائف الهامة التي تسمح بانسياب المنتجات وتدفعها بفعالية من المنتج إلى المستهلك هذه الوظائف يجب أن تتم سواء قام بها المنتجين لوحدهم أو بمساعدة الوسطاء ، وتتمثل أهم وظائف التوزيع فيما يلي:-

(المادية ، التجارية ، المالية)

1- الوظائف المادية :- تتضمن جميع المجهودات التسويقية التي تهدف إلى

تحقيق المنافع المكانية والزمنية ، وتأخذ شكل عمليات وأنشطة مختلفة متفاعلة فيما بينها تكون ما يسمى بنظام التوزيع المادي ، و تتمثل الوظائف المادية بالاتي:-

أ- النقل : تسمح وظيفة النقل بتحقيق الترابط بين المؤسسة وسوقها ، من خلال المجهودات التي تبذل لتوصيل المنتجات من أماكن الإنتاج إلى أماكن الاستهلاك ترجع أهمية النقل في كونه يساهم في إضافة المنافع الزمنية والمكانية للسلعة.

ب- التجميع والتجزئة : **التجميع** هو العملية التي يتم خلالها تجميع عدد كبير من السلع المتشابهة والبديلة أو المتنافسة داخل مجموعة سلعية واحدة ، ويسمح هذا التنويع بإشباع حاجات ورغبات المستهلكين المختلفة ، أما **التجزئة** فتتمثل في العملية التي يتم من خلالها تجزئة المنتجات إلى كميات أصغر نسبيا لتتناسب الاستهلاك اليومي للأسرة أو الوحدة الاستهلاكية .

ت- التخزين: يساعد التخزين على التوفيق بين العرض والطلب من خلال الاحتفاظ بالمنتجات لحين ظهور الطلب عليها مما يؤدي إلى خلق المنفعة الزمنية .

ث- التناسب: يقوم التوزيع بإحداث نوع من التناسب بين تشكيلات المنتجات ، من خلال خلق نقاط خاصة لمنتجات ذات علامات مختلفة وأنواع متعددة لكن لها نفس خاصية الاستعمال ، مما يسمح بتوفير اختيارات مرضية تناسب حاجات ورغبات المشتري وتمكنه من إجراء المقارنات والاختيار بين مختلف المنتجات المعروضة .

2- الوظائف التجارية :- وتتضمن الوظائف التجارية مجموعة من النشاطات يمكن توضيحها بالاتي:

أ- التفاوض التجاري: التفاوض يعني المناقشة بين طرفين تربطهما مصلحة مشتركة ، تهدف هذه المناقشة الوصول إلى اتفاق مرضي يساهم في تحقيق أهداف كل طرف .

ب- تقوية الطلب: يمكن تقوية الطلب من خلال استعمال وسائل مختلفة من بينها تقنيات عرض المنتجات ، تقديم خدمات أثناء وبعد عملية البيع ، تقديم تسهيلات للزبائن كالتسديد على أقساط دورية ... الخ .

ت- الإشهار والإعلام: يقوم التوزيع بوظائف ترويجية هامة للمنتجين من خلال تداول الاسم والعلامة التجارية للمنتجات التي يقدمونها ، بالإضافة إلى الدور الإعلامي المزوج نتيجة لكونه حلقة وصل بين المنتجين والمستهلك ، حيث يسهل عملية السياح المعلومات من المنتجين إلى المستهلكين عن طريق الإعلان ، ثم ينقل المعلومات من المستهلكين إلى المنتجين حول حاجاتهم و رغباتهم الجديدة.

ث - الخدمات : إن الخدمة تعد من الاعتبارات الهامة أثناء عملية التوزيع ، فالمستهلك يبحث دائما على الموزع الذي يقدم له أفضل الخدمات ، خدمات ما بعد البيع ، الإصلاح والصيانة توفير قطع الغيار أو تقديم مزايا تتعلق بإرجاع واستبدال السلع ... الخ.

3- الوظائف المالية :- يمكن حصر الوظائف المالية للتوزيع فيما يلي :

- أ - خدمات الائتمان :** يقدم التوزيع العديد من الخدمات الائتمانية كالبيع على الأجل ، البيع بالتقسيط ، قبول بطاقات الائتمان ... الخ .
- ب - تحمل المخاطر :** يتحمل التوزيع المخاطر الناجمة عن تغيرات الأسعار أو عدم بيع السلعة نتيجة لتغير الموضة (التقادم أو تغير درجة ولاء الزبائن ، فضلا عن المخاطر الناجمة و الضياع خلال عمليات النقل التخزين.

قنوات التوزيع

تعد قنوات التوزيع من أبرز وأهم العناصر التي تعتمد عليها المؤسسة في تصريف منتجاتها والتي تعتبر حلقة مهمة في التوزيع داخل المؤسسة ، إذ إن حصول المستهلك النهائي على السلع التي يرغبها والتي تحقق له احتياجات أساسية يمكن أن تكون بواسطة إحدى قنوات التوزيع التي تساعد على تصريف السلع . وقنوات التوزيع يتضمن مفهومها العديد من التعاريف المتميزة التي يمكن ذكر أبرزها في ما يلي:

✚ تعرف **قناة التوزيع** بأنها " مجموعة مترابطة من الوسطاء الذين يتولون القيام بالأنشطة المتضمنة تحريك السلعة من مكان إنتاجها إلى أماكن استهلاكها أو استعمالها ، وعن طريقها يتم خلق المنافع الزمنية والمكانية والحيازية للسلعة".

✚ وتعرف أيضا بأنها " مجموعة من المنشأة التوزيعية تشارك بنصيب في أنشطة التسويق والتي تتطوي على تحرك السلع والخدمات من مناطق الإنتاج إلى مراكز الاستهلاك " .

✚ وتعرف قناة التوزيع بأنها "مجموعة من المنظمات أو الأفراد الذين يشاركون في تحويل السلع والخدمات وذلك في حركة توقفها من المنتجين إلى المستهلكين النهائيين أو منظمات الأعمال " .

أهمية قنوات التوزيع

إن أهمية قنوات التوزيع يمكن لمسها من خلال مجموعة من الأنشطة والوظائف التي تتطلع بها وظائف التعامل ، الوظائف التسهيلية والخدمية ، إشارة الطالب ، المعلومات ، خلق المنافع ، فقد حددت عدة نقاط تمثل أهمية عملية قنوات التوزيع

- 1- تحقيق الاتصال المباشر مع المستهلكين ، المستفيدين والمشتريين الصناعيين.
- 2- تعتبر النقطة النهائية لتصرف المنتجات .
- 3- تمثل المكان الذي تعرض فيه المنتجات وتقدم فيه الخدمات .
- 4- يلعب العاملون في قنوات التوزيع دورا مهما في التفاوض حول اسعار السلع والخدمات المعروضة .

عناصر قنوات التوزيع

هناك ثلاثة عناصر أساسية في قنوات التوزيع متمثلة في المنتج ، المستهلك والوسطاء .

❖ **المنتج** : قد تكون المنتجات صناعية ، أو زراعية ، أو استهلاكية ، أو خدماتية .

❖ **المستعمل للسلعة (المستهلك)** : وقد يكون فرداً أو أسرة -

❖ **الوسطاء** : قد يكونون تجار جملة أو تجزئة أو أي شكل آخر والوسيط هو كل من يقوم بالشراء أو البيع من خلال قناة التوزيع عدا المنتج والمشتري الأخير.

أهداف قنوات التوزيع

تعمل قنوات التوزيع على تحقيق الاهداف التالية :-

1. ضمان تواجد منتجات المؤسسة في السوق من خلال مختلف أنواع المتاجر الموجودة في مناطق معينة ، وكذلك التواجد على الأفق وفقاً لأهمية كل متجر .

2. جمع وتوفير المعلومات التسويقية حول اتجاه المبيعات للأصناف المختلفة ومتابعة النشاط الخاص بالمنافسين -

3. تحقيق التكلفة المناسبة المرتبطة بحجم المبيعات التي يمكن لقناة التوزيع تصريفها .

4. اكتساب عملاء جدد لتجريب منتجات المؤسسة.

وظائف قنوات التوزيع

تتمثل أهم وظائف قناة التوزيع في ما يلي :

1- **البحوث** : يتم ضمن وظيفة البحوث جمع المعلومات ، تحليلها ، تصنيفها

لاستخدامها في اتخاذ القرارات ورسم السياسات التي من شأنها تسهيل عملية التبادل داخل قناة التوزيع .

2- **الترويج** : تقوم قناة التوزيع بجهود ترويجية مختلفة لدعم المنتجات .

3- **الاتصال** : ويقصد الاتصال بالعمل المرتقب وبناء علاقات تبادلية معه .

4- **الربط والجمع** : ويتم ذلك من خلال الملائمة بين المنتج المقدم من طرف المؤسسة وتطلعات العميل ورغباته .

5- **التفاوض** : يتم التفاوض بين الأطراف المتعاملة حول عدة أمور تتعلق بنقل الملكية .

6- **الخدمة** : وتعني الخدمات التي تقدم للعملاء كالتركيب والصيانة ، خدمات ما بعد البيع .

7- **التوزيع المادي** : يتضمن النقل ، المناولة ، التخزين ... الخ