

الملخص:

يعتبر التوزيع أحد العناصر الأربعة للمزيج التسويقي وهو لا يقل أهمية عنها، فعن طريقه يستطيع العميل أن يتحصل على السلعة التي يريد في الوقت والمكان المناسبين. أما فيما يخص أنشطة التوزيع المادي (النقل، التخزين)، لها دور كبير في ضمان كفاءة النشاط التوزيعي للمؤسسات، نأها تضمن إيصال المنتجات تامة الصنع من أماكن إنتاجها إلى أماكن استهلاكها (العملاء)، من خلال تحقيق المنفعة زمانية والمكانية وحتى الحيازية، وذلك بالسرعة في التنفيذ وبأكبر درجة من الكفاءة والفعالية. تسعى العديد من المؤسسات الاقتصادية من خلال كفاءة أنشطة التوزيع المادي إلى إشباع حاجات ورغبات العملاء خلال كافة الخدمات التوزيعية التي تقدمها لهم ، والهدف منها زيادة درجة رضاهم وبالتالي كسب ولائهم.

الكلمات المفتاحية: الكفاءة، الفعالية، التوزيع المادي، الولاء.

Summary:

The distribution is one of the four elements of marketing mix, is no less important than the way the customer can be obtained on the commodity that wants in appropriate time and place. With regard to the activities of the physical distribution (transportation, storage), have a significant role in ensuring an efficient distributive activity of the institutions, to ensure the delivery of the finished products from production to consumption (client), through the benefit of spatial and temporal, spatial, and even with the speed of execution and the greatest degree of efficiency and effectiveness. Many economic institutions through the efficiency of physical distribution to satisfy the needs and desires of customers through all services provided to them, distributional and intended to increase the degree of satisfaction and earn their loyalty.

Key words: efficiency, effectiveness, physical distribution, loyalty.