

वर्तमान परिप्रेक्ष्य में वितरण वाहिका प्रबन्धन

Awadhesh Kumar Gupta¹

¹Associate Professor, Faculty of Commerce, P.P.N. (P.G.) College, Kanpur.

व्यापार में एक उत्पाद उत्पादक से उपभोक्ता तक पहुँचनेके लिये एक निश्चित रास्ते से होकर गुजरता है। वर्तमान में कम्पनियाँ पहले की तुलना में अपने उत्पादों को अधिक विस्तृत क्षेत्र में पहुँचानेका उद्देश्य रखती हैं। प्रत्येक कम्पनी अपने उत्पादों की समय से आपूर्ति हेतु, आपूर्ति लागत को न्यूनतम रखते हुये इस उद्देश्य की प्राप्ति में निरन्तर प्रयासरत् रहती है। इस हेतु वितरण वाहिकाओं का प्रबन्धन एक महत्वपूर्ण विषय बन जाता है।

भूमिका

वितरण वाहिका का उद्देश्य वितरण के क्षेत्र में लागतों को कम करना, बाजार में कम से कम समय में उत्पादों का पहुँचाना, वितरण लागतों को कम करना और सही समय पर सही उत्पाद सही स्थान पर पहुँचाना तथा साथ ही साथ लागत एवं मूल्य को कम करना इत्यादि है। कम्पनियाँ वितरण सम्बन्धी क्रियाओं उत्पादन संयंत्रों गोदामों तथा वितरण वाहिका के विभिन्न तत्वों में काफी धन खर्च करती हैं।

वितरण वाहिका प्रबन्धन के अन्तर्गत ग्राहकों का एकीकरण, वितरण तन्त्र में प्रतिस्पर्धियों की क्रियाओं एवं समय व संसाधनों का उचित प्रयोग इत्यादि का अध्ययन किया जाता है। वितरण वाहिका के विभिन्न मुख्य कार्य इस प्रकार हैं:-

1. कच्चे माल, सामग्री एवं विभिन्न तत्वों का रख-रखाव।
2. वितरण वाहिका प्रबन्धन में उत्पादों का भण्डारण एवं उनको भेजने की क्रिया को वितरण कहते हैं जोकि वर्तमान समय में संभार-तंत्र के रूप में भी जाना जाता है। आजकल संभार तन्त्र का कार्य स्वतन्त्र ठेकेदारों को भी दे दिया जाता है।
3. ग्राहकों एवं फुटकर दुकानों में उत्पाद एवं सेवाओं के संवहन एवं सुपुर्दगीके कार्य में कम्पनियों एवं उत्पादकों की सहायता करना या सहायता पहुँचाना।

उद्देश्य

वितरण वाहिका प्रबन्धन एक बहु उद्देश्यीय प्रबन्धन क्रिया है। इसके मुख्य उद्देश्य निम्न हैं:-

1. उत्पादन प्रक्रिया के विवेकीकरण तथा सूचना तन्त्र को मजबूत करते हुए कुल उत्पादन लागत को न्यूनतम करना।
2. उत्पाद मांग का शुद्धता के साथ पूर्वानुमान लगाते हुए तथा इसका उत्पादन से सामंजस्य बनाते हुए स्कन्ध लागत को न्यूनतम करना।
3. वितरण वाहिका के आन्तरिक संगठनात्मक क्रियाकलापों में सामंजस्य स्थापित करना।
4. ग्राहकों को उच्च गुणवत्ता का उत्पाद एवं ग्राहकों की आवश्यकतानुसार विभिन्न उत्पादों को उपलब्ध कराते हुए उनकी संतुष्टि को अधिकतम करना।
5. आन्तरिक कार्यात्मक क्रियाकलापों में सामंजस्य स्थापित करना।
6. बाह्य कार्यात्मक क्रियाकलापों में सामंजस्य स्थापित करना।

वितरण वाहिका प्रबन्धन के मुख्य बिन्दु

वितरण वाहिका प्रबन्धन की सफलता त्वरित रूप से संभव नहीं है। इसकी सफलता हेतु निम्न बिन्दुओं पर मुख्य रूप से ध्यान देना आवश्यक है-

1. **संभार तन्त्र:-** वितरण वाहिका प्रबन्धन की सफलता में संभार तन्त्र की मुख्य भूमिका होती है। केवल भण्डारण एवं संवहन से ही सफलता प्राप्त नहीं की जा सकती बल्कि इसके लिए संभार तंत्र का मजबूत होना अति आवश्यक है। संभार तन्त्र मुख्यतः उत्पाद की गतिशीलता को ध्यान देता है। यह यातायात से भिन्न अर्थात् कुछ अधिक है। इसके लिए ग्राहकों की आवश्यकता तथा पूरी वितरण वाहिका को ध्यान में रखते हुए एरणनीतिक तरीके से उत्पाद की कुशलतम गतिशीलता को सुनिश्चित करने वाले संभार माध्यमों का चुनाव करना चाहिए।
2. **सूचना प्रवाह:-** वितरण वाहिका को मजबूत करने के लिए सूचना तंत्र का मजबूत होना आवश्यक है। इसमें सूचना तकनीक की महत्वपूर्ण भूमिका होती है जो कि आन्तरिक व बाह्य सूचनाओं को एकत्र कर उनका विश्लेषण करते हुए उचित समय पर उचित निर्णय लेने में सहायक होते हैं।

3. **लागत:-**इस संबंध में यह ध्यान देना आवश्यक है कि लागत को न्यूनतम करने में केवल एक या कुछ लागत तत्वों को व्यक्तिगत रूप से कम करने के स्थान पर पूरी वितरण वाहिका की परिचालन व पूंजीगत लागत कम होनी चाहिए।
4. **समय/सेवा:-**इसमें सेवा व समय व्यक्तिगत ग्राहकों की आवश्यकता को ध्यान में रखकर निर्धारित की जानी चाहिए।
5. **एकीकरण:-**वितरण प्रणाली उसमें संलग्न व्यक्तियों तथा उनको प्रयासों का एकीकरण आन्तरिक एवं बाह्य स्तर इस प्रकार होना चाहिए कि उद्देश्यों की प्राप्ति में किसी प्रकार का अन्तर्विरोध व सम्भावित देरी, गलती तथा असफलता की संभावना शून्य हो।

अन्तर्राष्ट्रीय स्रोत एवं मापदण्ड

वर्तमान समय में ग्राहक, प्रतियोगी एवं आपूर्तिकर्ता वैश्विक स्तर पर उपलब्ध है। अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर सामयिक आपूर्ति हेतु उपयुक्त संभार तन्त्र की उपलब्धता एवं उसका नियोजन एक महत्वपूर्ण पहलू है। अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर आपूर्ति हेतु संभार का सबसे मुख्य एवं प्रभावी लागत का साधन समुद्री यातायात है। परन्तु समुद्री संभार हेतु जहाजों की उपलब्धता रोज नहीं हो सकती है। सीमा शुल्क निकासी, आवश्यक प्रपत्रों की तैयारी, माल का रख-रखाव इत्यादि ऐसे तत्व हैं जोकि आपूर्ति में देरी का कारण बन सकते हैं। अतः इन सभी तत्वों को आपूर्ति वाहिका के नियोजन में ध्यान रखना चाहिए। साथ ही कुछ देशों में सूचना तकनीक एवं सहयोगी तंत्र उन्नत अवस्था में नहीं हो सकता है। अतः वितरण वाहिका प्रबन्धन अवधारणा एवं संभार तंत्र के यथोचित प्रयोग में समस्याएँ आ सकती हैं।

विक्रेता प्रवेश

अधिकाधिक विक्रेताओं को प्रभावित करने के लिए प्रथम स्तरीय विक्रेताओं के आगे की सोच को ध्यान में रखकर कार्यक्रम का निर्धारण करना चाहिए। इसमें विक्रेताओं के विक्रय को भी शामिल करते हुए एक्रमशः उत्पादन प्रक्रिया तक को भी शामिल किया जाना चाहिए। इस प्रक्रिया में अवधारणा को समझना व आपूर्ति श्रृंखला में गहराई तक प्रवेश करना प्रमुख चुनौती है। विशेषकर जब प्रथम विक्रेता उचित रूप से संबंधित अवधारणा को समझ नहीं पाता तब उसके विक्रेता भी अवधारणा का उचित अर्थ समझने में असफल रहेंगे। तब कार्यक्रम में सूचना तकनीकी संजाल को उद्यम एवं इसके आपूर्तिकर्ता व ग्राहकों से परे जाकर अधिकाधिक समाहित करते हैं।

व्यक्तिगत बनाम मानक प्रथाएं

प्रत्येक ग्राहक को भिन्न वितरण वाहिका की आवश्यकता होती है। वितरण वाहिका प्रबन्धन का कोई सार्वभौमिक तरीका नहीं हो सकता है। इसका अर्थ है कि विक्रेता को प्रत्येक ग्राहक के अनुसार कार्य करना होता है, यदि वह वितरण वाहिका महत्वपूर्ण हिस्सा है। प्रत्येक ग्राहक, उसके आदेशों, लदानों, बीजकों व अन्य से संबंधित भिन्न व आवश्यकतानुसार वितरण वाहिका विकसित करनी चाहिए। यह एक संगठन के समक्ष बड़ी चुनौती होती है कि किस प्रकार वह इस कार्य को कुशलतापूर्वक निष्पादित कर सके। इसके लिए उसे ग्राहक की आवश्यकतानुसार लचीली योजना बनानी चाहिए।

लेखांकन पद्धति

लागत के कुछ तत्व लाभ-हानि खाते में प्रदर्शित होते हैं तथा कुछ आर्थिक चिट्ठे में दिखाए जाते हैं एवं कुछ काल्पनिक लागते कहीं नहीं दिखाई जाती हैं। परम्परागत लेखांकन अवधारणाएं, सामान्य स्वीकृत लेखांकन सिद्धान्तों के इर्दगिर्द स्थापित हैं किन्तु उनको पूर्णतः समाहित नहीं करती हैं। जिससे वितरण वाहिका प्रबन्धन की वास्तविक लागतों व बचतों की पहचान व मापन शुद्धता से संभव नहीं हो पाता है। परम्परागत लेखांकन सम्पूर्ण प्रक्रिया के स्थान पर व्यक्तिगत लागत तत्वों के निर्धारण पर ध्यान देता है जिससे वितरण वाहिका के लाभों को ज्ञात करने में भ्रम की स्थिति पैदा हो जाती है। अतः परम्परागत लेखांकन के स्थान पर आधुनिक 'कार्यआधारित' लेखांकन पद्धति एक अच्छे विकल्प के रूप में सामने आई है।

संगठनात्मक क्रिया कलाप

एक संगठन में वितरण वाहिका प्रबन्धन के लिए आन्तरिक सामूहिक कार्य (Team Work) की आवश्यकता होती है। प्राथमिकता में ग्राहक व उनकी आवश्यकताएं होनी चाहिए। यह एक समतल संगठनात्मक दृष्टिकोण है जोकि वितरण वाहिका प्रबन्धन की प्रक्रिया को उसके सूचनाव उत्पाद प्रवाह के साथ मान्यता देता है। यद्यपि संगठनों में श्रेणीगत प्रबन्धन और कार्यात्मक क्रियाकलाप के कारण आन्तरिक एकीकरण एक कठिन कार्य हो जाता है। वितरण वाहिका प्रबन्धन उन संगठनों के लिए एक प्रतिस्पर्धी लाभ प्रस्तुत करता है जो यथोचित तरीके से इसमें भाग लेता है।

वितरण वाहिका मानदण्ड

वितरण वाहिका मानदण्ड स्थापित करने के निम्न बिन्दु हैं-

1. अपने आप की अपने सर्वोत्तम प्रतिद्वंदी से तुलना करना।
2. उत्पादन प्रक्रिया का भी तुलनात्मक अध्ययन करना चाहिए।
3. उपभोक्ता संतुष्टि पर विचार

प्रतिस्पर्धी मानदण्ड को अपने प्रमुख प्रतिस्पर्धी की उत्पाद सेवा प्रक्रिया तथा विपणन रणनीति से सतत तुलना के रूप में परिभाषित किया जा सकता है। मानदण्डों की स्थापना के द्वारा एक कम्पनी यह जान सकती है कि हम किस प्रकार सर्वोत्तम की श्रेणी में आ सकते हैं। किन्तु इसका यह अर्थ नहीं है कि अपने प्रतिस्पर्धियों की नकल करें बल्कि उनके सर्वोत्तम व्यवहारों का अध्ययन करते हुए उनसे सीख लेते हुए उनके उन व्यवहारों का अनुसरण करना चाहिए जो हमारे संगठन में यथोचित हो। यह उद्देश्यों के निर्धारण से अधिक, प्रक्रियाओं के समझने से संबंधित है जिससे सर्वोत्तम परिणामों को प्राप्त किया जा सके।

वितरण वाहिका के एकीकरण की कठिनाइयाँ

इसकी प्रमुख कठिनाइयाँ निम्न हैं-

- अ. उच्च तकनीकी उत्पादों का जीवन चक्र सदैव सीमित होता जाता है जिससे एक नई समस्या उत्पन्न होती है। उच्च तकनीकी वाले उत्पादों की सबसे बड़ी समस्या यह होती है कि कोई भी संगठन नये अवसरों की तलाश करने में असमर्थ रहता है। क्योंकि उससे संबंधित कारकों व ऐतिहासिक आंकड़ों की अनुपलब्धता रहती है। परिणामस्वरूप शुद्धता के साथ मांग का आंकलन संभव नहीं हो पाता है जिससे कीमतों में भारी कमी करनी पड़ती है।
- ब. समय-समय पर आपूर्तिवाहिका तथा व्यापारिक वातावरण में होने वाले परिवर्तनों के कारण सर्वोत्तम प्रभावी वितरण प्रबन्धन रणनीति को निर्धारित करने में प्रमुख समस्या का सामना करना पड़ता है। ग्राहकों की आवश्यकताएं तथा उनकी मोल तोल की शक्ति में समय-समय पर परिवर्तन होता रहता है। इसी प्रकार आपूर्तिकर्ता की क्षमता, वितरण वाहिका संबंधों तथा प्रतिस्पर्धियों के स्वभाव में भी समय-समय पर परिवर्तन होता रहता है जो समस्या के कारण बनते हैं।

स. परिवर्तनशील मांग का पूर्वानुमान का अनुमान लगाना तथा उसको संतुष्ट करना एक कठिन कार्य होता है। इस प्रकार की मांग का पूर्वानुमान लगाना तथा उसकी आपूर्ति के मध्य सामंजस्य बैठाना एक प्रमुख चुनौती होता है।

प्रभावी वितरण वाहिका प्रबन्धन के लिए यह आवश्यक है कि आपूर्तिकर्ता एवं ग्राहक एक साथ मिलकर सामंजस्य बनाते हुए सूचनाओं का आदान-प्रदान करें। ग्राहकों, आपूर्तिकर्ताओं, वितरण केन्द्रों तथा यातायात प्रणाली के मध्य सूचनाओं के तेज प्रवाह के द्वारा कोई भी संगठन बहु तही कुशल वितरण वाहिकाओं को विकसित कर सकता है।

आपूर्तिकर्ताओं तथा ग्राहकों का उद्देश्य एक ही होना चाहिए कि वह दोनों अपनी-अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति करते हुए आपसी विश्वास की भावना विकसित कर सकें। ग्राहकों को उत्पाद की गुणवत्ता तथा आपूर्तिकर्ताओं द्वारा दी जाने वाली सेवाओं पर ध्यान देना चाहिए। पुनः आपूर्तिकर्ताओं तथा ग्राहकों को वितरण वाहिका के निर्धारण में सक्रिय भागीदारी करनी चाहिए जिससे अपने-अपने उद्देश्यों की पूर्ति कर सकें तथा संचार तन्त्र को मजबूत करते हुए सूचनाओं का आदान-प्रदान करें। विश्वास, सहयोग, संचार व सूचनाएं प्रभावी वितरण वाहिका प्रबन्धन के प्रमुख बिन्दु होते हैं।

सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

1. Ashu K Garg-Ruby-Pooja; supply chain management, 2019.
2. C.N. Sonatakki; Advertising & Sales Management, 2011.
3. S.P. Bansal-A.K. Chaurasia; Principles of Marketing, 2015.
4. Journal of personal selling & sales management vol. 38, 2018.
5. J.G. Hanb; Research in Personal Selling, 2018.
6. Philip Kotler; Marketing Management, 2014.
7. Eugene M Hohanson, David Lkurtz, Eberhard Escheuring: Sales Management, 1994.
8. Miles: Theories of management, 1975.
9. Sales Management (MS-62) Notes of IGNOU.
10. Firk, G: Marketing systems-1978.
11. Bursk and Chapman: Modern marketing strategy, 1965.