**1 مفهوم التجزئة الإستراتيجية**

يظهر أن الشركات حاليا أو حتى سابقا - ليست شركات ذات المنتوج الواحد، بل تنتج وتسوق عدة منتجات، سواء سلع أو خدمات أو كلاهما معا، وكل منتوج قد يواجه منافسين مختلفين وفي بيئة مختلفة كليا أو جزئيا، لذلك فإن الإستراتيجية التنافسية التي يتبعها كل قطاع استراتيجي تكون مختلفة إلى حد ما عن باقي القطاعات الإستراتيجية.

1.1. **مفهوم وحدة العمل الإستراتيجية**

ويقصد بمجالات الأعمال أو وحدات الأعمال أو قطاعات الأعمال مجموع من 1 إلى (ن) من خطوط المنتجات يتقاسمون نفس الموارد من أجل مواجهة نفس المنافسين في نفس الشروط البيئية.

2.1. **التجزئة الإستراتيجية**

يقصد بالتجزئة الإستراتيجية تلك العملية التي من خلالها يم تقسيم مجموع أنشطة الشركة إلى مجالات نشاط متجانسة بطريقة يصبح من الممكن تخصيص موارد مالية وبشرية وتقنية وأخرى. مجال العمل الإستراتيجي أو ما يسمى بوحدة العمل الإستراتيجية هو جزء فرعي للشركة موجه السوق معينة، ويواجه شروط تنافسية خاصة، وبالتالي يجب تبني إستراتيجية تنافسية خاصة به.

بعد التجزئة الإستراتيجية تأتي مرحلة التقييم كل وحدة من وحدات الأعمال الإستراتيجية المتعددة باستعمال أدوات تحليلية خاصة، وذلك بهدف اختيار أفضل إستراتيجية ممكنة التطبيق وتوجيه موارد المؤسسة بكفاءة وفعالية.

**2 مستويات التجزئة في الشركة**

إن عملية التقسيم الاستراتيجي التي عرضناها في الأعلى ما هي إلا وجه من أوجه التجزئة التي يمكن القيام بها في الشركة، إذ توجد عدة أنواع من التجزئة تختلف باختلاف المستويات الإدارية وبعدد خطوط المنتجات التي تسوقها الشركة. يمكن التمييز بين أربعة مستويات من التجزئة توزع إلى مستويين رئيسيين، المستوى الأول من التجزئة يتعلق بـ التجزئة الإستراتيجية وهي التي تعمل على تقسيم الشركة على أساس (1) للمهن (2) والقطاعات الإستراتيجية.

وأما المستوى الثاني فيتعلق بـ التجزئة التشغيلية العملية) وهي تلك المتعلقة (3) بالتجزئة التسويقية (4) والتجزئة على أساس خطوط المنتجات.

أن عرضنا هنا سيقتصر على تجزئة القطاعات الإستراتيجية، وعلى التجزئة التسويقية.

(1) القطاعات الإستراتيجية

القطاعات الإستراتيجية (segments stratégique) هي وحدات الأعمال التي تمارسها الشركة. لو أخذنا مثال "المواد الغذائية" فإننا نجد قطاعات إستراتيجية مختلفة مثل الحليب ومشتقاته، والبقول الجافة، وزيت المائدة والمشروبات الباردة وغيرها، كذلك هذه القطاعات الإستراتيجية تتطلب شروط عمل مختلفة لكن ليس بدرجة الشروط التي تفرضها المهن، فمثلا قد تشترك هذه القطاعات الإستراتيجية في البحث والتطوير وفي قنوات التوزيع رغم اختلافها في التموين والتعبئة.

(2) القطاعات السوقية

في التجزئة العملية التي يتم إجرائها بصفة دورية أو استثنائية في المدى القصير أو المتوسط نجد التجزئة التسويقية، ويتعلق الأمر هنا بتجزئة السوق أي تقسيم مجموعة المستهلكين إلى فئات متجانسة في الخصائص من أجل تصميم مزيج تسويقي ملائم لدعم التموقع التسويقي.