

فالتسويق اليوم يحتل مكانة استثنائية في الهياكل التنظيمية للمؤسسات البسيطة والمتوسطة والكبيرة، بمعنى أنه على المنتجين لكي يحققوا البقاء والنمو في أعمالهم عليهم أن يدرسوا احتياجات أسواقهم حتى يتمكنوا من مدها بالسلع التي تتطلبها بأكثر الطرق كفاءة وأقل تكلفة ممكنة. وتطور التسويق من مفهومه البيعي إلى مفهومه التسويقي والذي يعتمد أساساً على دراسة حاجات ورغبات المستهلكين له أثره الكبير في انتقال السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك، ومن هنا وجب الجمع بين مراكز الإنتاج ومراكز الاستهلاك من خلال القيام ببعض الأنشطة، يهدف الهدف الأساسي لسياسة التوزيع إلى ضمان توافر المنتجات أو الخدمات في مكان المناسب وفي الوقت المناسب وبالكمية المطلوبة لتلبية احتياجات العملاء وتحقيق أهداف التسويق.