

ЛОГИСТИКА В РАСПРЕДЕЛЕНИИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Реализация готовой продукции обеспечивается благодаря реализации политики распределения предприятия.

Основой для выработки политики распределения предприятия является его целевая стратегия. Главными целями предприятия с позиции маркетинга являются увеличение объемов продаж и увеличение прибыли, а с позиции логистики - снижение затрат. Если смотреть через призму логистики и маркетинга, то это еще и полное удовлетворение потребностей потребителей.

Распределительная логистика является неотъемлемой частью общей логистической системы, обеспечивающая наиболее эффективную организацию распределения производимой продукции.

Как и другие функциональные области логистики, распределительную логистику нельзя рассматривать в отрыве от целей предприятия. При этом распределительная логистика способствует наиболее полному удовлетворению запросов потребителей за счет обеспечения доступности необходимой им готовой продукции с наименьшими общими затратами в сфере обращения.

Под минимальными затратами на распределительную логистику подразумеваются совокупные расходы всех участников логистического процесса, сведенные к минимуму при выполнении определенного комплекса услуг по доставке товарной продукции от источника товарных потоков до места назначения. При этом логистика состыковывает предъявленный рынком спрос и предложение предприятия-производителя продукции. Связующим звеном здесь является необходимая информация.

Сергеева Т.М., БГЭУ (Минск)

МАРКЕТИНГ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Туризм является одной из важных и динамичных отраслей экономики. Высокие темпы его развития, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные секторы экономики, что способствует формированию собственной туристской индустрии.

К чему стремится туристское предприятие? Одной из основных его задач является увеличение прибыли. Получение и увеличение прибыли подразумевает прежде всего наличие числа постоянных клиентов. Клиентов можно привлечь, если они заинтересованы в получении услуги у данного туристского предприятия. Удержать клиента помогает использование маркетинга. Очень часто в разных секторах экономики внимание уделяется лишь некоторым направлениям маркетинга. Так, в гостиничном бизнесе между маркетингом и продажами зачастую ставится знак равенства. В ресторанном бизнесе многие отождествляют маркетинг с рекламой и продвижением товара. Такой подход безусловно неверен.

Продажи и продвижение товаров должны быть частью продуманной системы, функционирование которой направлено на удовлетворение потребностей клиентов. Продвижение и продажа товаров или услуг будут эффективны лишь в том случае, если сначала будут определены цели и потребности клиента, а затем предложены доступный по цене товар или услуга.