

склад. Откуда распределяется по следующим направлениям: непосредственно со склада конечному покупателю, покупателю, приобретающему продукцию через фирменный магазин, посредством доставки собственным транспортом предприятия конечному потребителю, а также посредством доставки собственным транспортом предприятия продукции на распределительный складской центр и оттуда потребителю.

В отличие от сбытовой логистики, которая занимается прогнозированием спроса, маркетинговая логистика призвана удовлетворять сформированный спрос с минимальными затратами. 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.

Используя выработанную политику распределения, предприятие реализует своё предложение товара. Продавая товар, предприятие руководствуется разработанным методом сбыта как структурой распределения, включающую собственную систему распределения.

<http://edoc.bseu.by>

Сергеева Т. М.
БГЭУ (Минск)

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ

Особенности рынка услуг, специфические характеристики самих услуг и особенности восприятия их потребителями определяют специфику маркетинга в этой сфере. Маркетинг услуг – это процесс разработки, продвижения и реализации услуг, ориентированный на выявление и удовлетворение специфических потребностей клиентов. Одна из задач маркетинга услуг – помочь клиенту оценить предприятие и его услуги.

В быстро изменяющихся условиях рынка важнейшей маркетинговой функцией любого туристского предприятия является проведение маркетинговых исследований. Они предполагают следующие направления (объекты) маркетинговых исследований в туризме: среда маркетинга; рынок; туристский продукт; конкуренты; потребители; маркетинговые коммуникации и другие.

С целью повышения эффективности туристской деятельности в Республике Беларусь было проведено маркетинговое исследование и разработаны две анкеты: для опроса руководителей туристских предприятий и для опроса потребителей туристских услуг.