

Определение каналов сбыта.

Выполнила студентка 3 курса группы
ГД-О-18 Гущина Полина

Канал сбыта — это совокупность независимых организаций, вовлеченных в процесс производства продукта или услуги, который доступен для индивидуальных потребителей или делового пользователя.

Формирование системы распределения начинается с выбора канала сбыта и его участников. После этого маркетинговые усилия концентрируются на управлении ими. Сбытовая сеть гостиничных услуг формируется на договорных отношениях. Существенным отличием канала реализации гостиничных услуг от канала сбыта товаров является то, что канал распределения перемещает потребителя к месту предоставления услуги, тогда как непосредственно товар по каналам сбыта перемещается в потребителя.

Существующие каналы сбыта гостиничных предприятий предусматривают три основных метода сбыта продуктов:

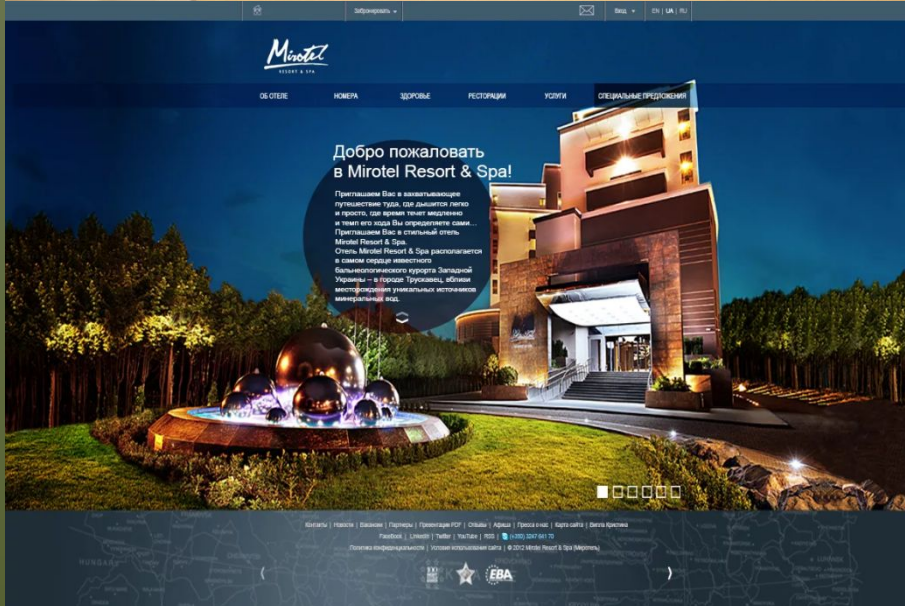
1. прямой — гостиничное предприятие непосредственно продает свои продукты потребителю;
2. косвенный — сбыт продуктов, организованный через независимых посредников;
3. комбинированный — сбыт продуктов осуществляется через организацию с общим капиталом фирмы-производителя и независимой фирмы.



Основные каналы сбыта, которые используются гостиничными предприятиями и гостиничными цепями:

- 1) прямые продажи через собственный центр бронирования, осуществляемые отделом бронирования или удаленным центром бронирования. При сетевой структуре к этому каналу можно добавить центральную систему бронирования цепи, часто интегрированную с системами управления отелями для централизации продаж гостиницами цепи в режиме реального времени;
- 2) GDS — глобальные системы дистрибуции, объединяющие в себе тысячи отелей по всему миру. Сюда же нужно отнести принадлежащие им веб-сайты. Это один из самых старых и устоявшихся каналов, направленный на работу с туристическими агентствами и индивидуальными клиентами;





- 3) IDS — системы распространения Интернета (IDS — Internet Distribution Systems). В настоящее время существует достаточное количество гостиничных предприятий, осуществляющих продажу номеров через Интернет;
- 4) собственный портал бронирования. Сайт гостиницы в современных условиях может иметь не только информационную составляющую, но и являться выделенным прямым каналом продаж;
- 5) классические туристические агентства, сайты и туристических агентств, которые способствуют загрузке гостиничных предприятий.

Спасибо за внимание!