

□ Маркетингове дослідження ринку складається з декількох етапів:

1. Аналіз постачальників та системи постачання.
2. Визначення критеріїв вибору постачальників.
3. Вибір постачальників.
4. Укладання договору з постачальниками.
5. Виконання договірних зобов'язань.

В рамках першого етапу здійснюється загальний огляд ринку постачальників. Важливість цього етапу пояснюється не стільки тим, що в умовах сучасного ринку функціонує їх велика кількість, скільки, головним чином, важливістю знайти надійного партнера в реалізації логістичної стратегії.