

image not found or type unknown



## Введение

На протяжении ряда последних лет наше государство строит социально-ориентированную экономику, направленную на более полный учет потребностей своих граждан, их защиту, обеспечение стабильности во всех сферах жизни общества. Страна работает в напряженном трудовом ритме, каждая отрасль, сфера должны приложить максимум усилий ради достижения успехов в области укрепления белорусской экономики и повышения благосостояния народа. Это касается и системы потребительской кооперации.

Многоотраслевая деятельность потребительской кооперации на сегодняшний день актуальна, а тем более на селе, так как государством выбрана политика возрождения села. Именно благодаря комплексной Программе возрождения и развития белорусского села, предусматривается сделать жизнь в сельской местности не менее комфортной, чем в городах. Главой государства по отношению к системе было отмечено, что без помощи кооперации село не возродится. Поэтому потребительской кооперации отводится важная роль в реализации этой программы.

Одной из важнейших функций торговли является перемещение продуктов производства в районы потребления. Причем необходимо выбирать рациональные пути их движения, обеспечивающие минимальные транспортные затраты, расходы по перегрузочным операциям и хранению в товаропроводящих звеньях сферы обращения, а также связанные с непосредственной реализацией продуктов в местах потребления, обусловленные в основном временем обращения товарных запасов.

Эффективность деятельности в сфере обращения определяется в значительной степени экономией времени на процессах перемещения продукции от поставщиков к потребителям.

Процесс товародвижения входит в функции торговых организаций. Они определяют потоки и направления движения товаров от места производства в места потребления, выбирают виды транспорта для перевозки товаров, размещают склады и базы на пути их движения. От выполнения торговыми организациями

этих функций зависит своевременное и бесперебойное удовлетворение потребностей населения, уровень затрат живого и овеществленного труда по перемещению товаров народного потребления в сфере обращения, время оборота товарно-материальных ценностей, а также степень удовлетворения спроса.

Именно в этом и заключается актуальность темы дипломной работы, целью которой является изучение коммерческой деятельности по выбору партнеров и каналов продвижения товаров на рынок Слонимского райпо.

Достижение намеченной цели предполагает решение следующих основных задач:

1. Изучение сущности процесса товародвижения и направления его совершенствования в современных условиях развития экономики Республики Беларусь.
2. Организационно-экономическая характеристика торговой деятельности и условий функционирования Слонимского райпо.
3. Изучение сложившейся системы товародвижения непродовольственных товаров в Слонимском райпо, в том числе:
  - с товарных источников и системы взаимоотношений участников продвижения товаров в Слонимском райпо;
  - с факторов, влияющих на выбор партнеров и каналов продвижения товаров в торговой организации.
4. Оценка эффективности товародвижения и пути его рационализации.

Предметом исследования, является процесс товародвижения непродовольственных товаров, так как в последнее время наблюдается тенденция роста удельного веса непродовольственных товаров в общем объеме товарооборота потребительской кооперации.

При написании дипломной работы были использованы учебные пособия отечественных и российских авторов, так же использовалась информация периодической печати.

В работе использованы: данные о социально-экономических показателях района деятельности организации, составляемые самими организациями; данные бухгалтерской, статистической и оперативной отчетности; первичные документы и

др.

Дипломная работа представлена на 62 печатного текста. Структура дипломной работы: три главы, 18 таблиц, 4 рисунка.

## **1. Сущность процесса товародвижения и направления его совершенствования в современных условиях развития экономики республики Беларусь**

### **1.1 Природа, цели и каналы товародвижения, его коммерческие основы**

Эффективность деятельности в сфере обращения определяется в значительной степени экономией времени на процессах перемещения продукции от поставщиков к потребителям.

Время обращения складывается из времени нахождения товаров в пути и времени пребывания их на складах, базах и в магазинах. Первая часть времени зависит размещения производства по республике, от схем товародвижения, технической вооруженности участников товаропроводящей цепи и их взаимодействия, скорости передвижения, от устойчивости транспортных связей.

Непрерывность товарного обращения требует, чтобы товарные запасы постоянно имелись во всех каналах сферы обращения. В процессе реализации они расходуются и поэтому должны периодически пополняться за счет нового поступления товаров. Поэтому требуется поступление товаров через определенные промежутки времени. Величина запаса в большей степени зависит от скорости, регулярности и надежности поступления товаров. Несоблюдение этих условий ведет к чрезмерному накоплению или недостатку товарных запасов в пунктах потребления.

Поэтому можно сказать, что процесс перемещения товаров в сфере обращения играет активную роль в общественном воспроизводстве. Его совершенствование способствует снижению размеров товарных запасов до оптимальных и таким образом увеличивает средства, направляемые в отрасли производства материальных благ.

Важно отметить, что связующим звеном между производством и потреблением является торговля. Она выполняет основную задачу по наиболее полному удовлетворению постоянно растущих потребностей населения. Именно торговля должна обеспечить бесперебойность процесса товародвижения, ведь благодаря ей

удовлетворяются основные потребности в материальных благах.

Осуществление всех функций торговли возможно только посредством перемещения продуктов труда из сферы производства в сферу потребления. Процесс перемещения товаров в сфере обращения, связанный с доведением их от производственных предприятий до потребителей, называется **товародвижением**. В него входит не только физическое перемещение реального вещественного потока из мест производства в места потребления, но и процессы хранения, подсортировки товаров как в пути следования, так и на промежуточных базах и складах, в розничной торговой сети в ожидании их реализации [10, с.96].

Этот процесс является объективной необходимостью и обусловлен общественным и территориальным разделением труда и разнообразными потребностями людей, проживающих в различных районах страны. Он является целесообразным в том случае, если через удовлетворение нужд потребителя будет обеспечена экономическая выгода каждому его участнику.

Процесс товародвижения входит в функции торговых организаций. Они определяют потоки и направления движения товаров от места производства в места потребления, выбирают виды транспорта для перевозки товаров, размещают склады и базы на пути их движения. От выполнения торговыми организациями этих функций зависят своевременное и бесперебойное удовлетворение потребностей населения, уровень затрат живого и овеществленного труда по перемещению товаров народного потребления в сфере обращения, время оборота товарно-материальных ценностей, а также степень удовлетворении спроса.

**Технологический процесс товародвижения** представляет собой материально-вещественный поток товаров от производства до потребителя, включающий товарную, грузовую и специальную обработки [16,с.75].

Количество операций с товаром зависит от его особенностей, специфики подготовки к продаже, выбранных схем товародвижения. Товародвижение базируется на следующих основных принципах:

с оптимальной звенности товародвижения;

с выборе кратчайших путей;

с унификация технологических решений на всем пути движения товара;

с эффективным использованием транспортных средств, торгово-технологического оборудования;

с минимизации количества операций с товаром;

с рациональным распределении функций между участниками процесса товародвижения.

Комплексный технологический процесс товародвижения включает несколько последовательных этапов:

с Движение товаров от прифабричных складов на склады оптовой торговли.

с Внутрискладские операции с товаром.

с Товароснабжение розничной торговой сети.

с Внутримагазинные операции с товаром и операции по его доведению до покупателя.

Эти этапы взаимно обусловлены и представляют непрерывную технологическую цепь в системе товародвижения.

Необходимость обеспечения непрерывности процесса товародвижения выдвигает обязательное требование унификации всей цепи товародвижения. Для этого необходимо технологически увязать между собой все операции и звенья, принимающие участие в товародвижении, с таким расчетом, чтобы вся цепь работала эффективно, движение товарного потока осуществлялось непрерывно, с максимальной скоростью и минимальными расходами. При движении скоропортящихся товаров такая цепь должны включать комплекс холодильных средств, обеспечивающих поддержание оптимального режима хранения и транспортирования [1, с.194].

Основными предпосылками создания единой непрерывной технологической цепи товародвижения являются:

с централизация фасовки, упаковки и рекламного оформления товара;

с унификация торгово-технологического оборудования, тары, транспортных средств;

с пакетирование и контейнеризация;

с применение высокоэффективных машин, оборудования;

с унификация схем погрузочно-разгрузочных работ на различных видах транспорта, оптовых и розничных предприятиях и организациях.

Для повышения эффективности процесса товародвижения требуется внедрение индустриальной системы переработки груза на всем пути его продвижения от производства до конечного потребителя. Основными направлениями внедрения этой системы являются пакетирование и контейнеризация грузов. К использованию пакетно-контейнерной переработки грузов должны быть подготовлены все участники процесса товародвижения: промышленные, оптовые розничные организации, а также транспорт и потребуется использовать унифицированное торгово-технологическое оборудование и тару, системы машин, механизмов, выполняющих работы, увязанные в едином технологическом процессе.

Товародвижение осуществляется по определенным каналам. Канал продвижения представляет собой путь, по которому товары движутся до потребителя. В продвижении товаров на рынок могут принимать участие изготовители, разного рода посредники, розничная торговая сеть, транспортные организации.

Для продвижения товаров выполняются следующие взаимоувязанные и дополняющие друг друга технологические и коммерческие функции:

с налаживаются и совершенствуются взаимоотношения всех участников процесса товародвижения, согласовываются их интересы;

с максимально подготавливаются товары в соответствии с требованиями потребителей;

с осуществляется комплексный подход к технологическим процессам товародвижения (погрузочно-разгрузочным работам, складированию и транспортировке товаров и т. д.);

с выполняются работы по преобразованию производственного ассортимента в торговый и созданию широкого ассортимента товаров;

с накапливаются и хранятся товарные запасы;

с перераспределяются товарные ресурсы по регионам республики в соответствии со спросом, т.е. товары направляются на соответствующие потребительские рынки;

с осуществляется оптовая и розничная продажа;

с организуются работы по ускорению продвижения товаров и стимулированию сбыта;

с проводится рекламно-информационная работа;

с оказываются услуги;

с осуществляется сбор и изучение всей информации, необходимой для принятия правильных решений по организации товародвижения и влияния на производство товаров;

с оптимизируются расходы, связанные с обеспечением товародвижения;

с принимается на себя риск за функционирование канала продвижения товаров.

Выбор канала продвижения - достаточно сложная и ответственная задача, так как он оказывает влияние на расходы и прибыль его участников.

Есть товары, для которых целесообразно использовать постоянные, апробированные каналы продвижения. Например, для продажи товаров почтой (посылочная торговля) характерны свой ассортимент и свои клиенты. В таком случае следует придерживаться сложившейся структуры каналов сбыта [12, с.75].

Для большинства же товаров рациональных каналов продвижения на рынок представляет сложную проблему. Существует такая закономерность: чем больше посредников участвуют в процессе товародвижения, тем дороже этот процесс и тем ниже степень контроля за ними со стороны изготовителя.

В связи с этим первостепенными задачами при организации процесса товародвижения является правильный выбор пути движения, количества участников и распределение функций между ними. Роль участвующих в этом процессе звеньев различна, так как задачи, которые возлагаются на определенное звено, могут выполняться либо одним из возможных участников, либо несколькими.

Теперь рассмотрим роль и задачи участников процесса товародвижения.

### **Производители товаров**

По мере формирования рыночных отношений товары на рынок будут поступать от множества различных предприятий-изготовителей. Появление большого

количества производителей товаров способствует формирование конкурентной среды, заставляющей организации искать пути повышения эффективности работы. В новых условиях коренным образом меняется отношение изготовителя товара к организации сбыта его продукции, повышается его заинтересованность в оптимизации процесса товародвижения. Коммерческий успех изготовителя во многом определяется тем, насколько удачно выбраны каналы продвижения произведенных им товаров. Свободный выход на рынок и выбор каналов продвижения товара возможен только при переходе к свободной оптовой торговле без ограничений экономической деятельности субъектов хозяйствования. Предпосылкой для такой торговли является создание в республике необходимых условий для рыночных отношений. Только в этом случае предприятия-изготовители вынуждены будут самостоятельно искать партнеров, выбирать формы и каналы сбыта своей продукции. У организации повышается заинтересованность в том, чтобы сбывать свою продукцию и получать максимальные доходы.

При организации продвижения товара на рынок предприятие-изготовитель должно:

- s выбрать орган сбыта, который лучше всего обеспечит реализацию продукции с минимальными расходами;
- s определить количество посредников;
- s отобрать партнеров-посредников.

При выборе органа сбыта необходимо учитывать такие факторы, как число потенциальных покупателей их месторасположение, объем сбыта, размеры и частоту поставок партий. На выбор органа сбыта оказывает влияние также характеристика товара. Например, реализацию технически сложных, дорогостоящих товаров целесообразно организовать через собственную фирменную розничную торговую сеть, с тем, чтобы установить контроль за продвижением товаров к потребителю. Это позволит увеличить прибыль от реализации продукции. Реализация товаров сезонного производства (фрукты овощи) связанные с необходимостью создания значительных товарных запасов, обеспечивающих торговлю ими в течение длительного времени. В этом случае производителю целесообразно передать функции по реализации этой продукции посреднику. Посредник нужен, когда требуется накопление, хранение, подсортировка.

Влияние на выбор типа органа сбыта оказывают также емкость рынка и сложившаяся система каналов сбыта [13 с.75].

В зависимости от степени влияния факторов могут быть выбраны следующие варианты организации сбыта:

s организация полностью берет на себя функции по сбыту своей продукции через своих торговых агентов, дилеров, сеть собственных фирменных магазинов, посылками и т. д.;

s организация через свой отдел сбыта, коммерческий или маркетинговый отдел устанавливает прямые связи с розничными торговыми организациями;

s предприятие для продвижения своих товаров прибегает к услугам посредников (оптовых баз, брокеров и др.).

### **Оптовые предприятия**

При определении количества посредников следует учитывать территориальное расположение изготовителя и потребителя, сложность ассортимента, уровень специализации организации, объемы накопления, степень подготовленности товара к продаже, необходимость преобразования производственного ассортимента в торговый, сроки реализации товара и др.

Решая вопрос об отборе конкретного сбытового партнера, необходимо учитывать заинтересованность посредника в торговле данным товаром, его надежность, складские мощности, устойчивые связи с потребителями, зону деятельности.

Таким образом, по мере формирования рыночных отношений роль предприятия-изготовителя в сбыте своей продукции должна систематически повышаться. Однако в большинстве случаев изготовители для организации сбыта своей продукции вынуждены прибегать к услугам посредников. В качестве посредников между производителем и розничной торговой сетью в условиях равноправия различных форм собственности могут выступать как юридические, так и физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица:

s оптовые торговые организации, торгово-закупочные кооперативы, ассоциации, которые покупая товар, получают право собственности на него для последующей продажи;

с торговые агенты, брокеры, выполняющие различные оптовые функции, но не берущие на себя право собственности на товар.

### **Брокеры, торговые агенты**

В качестве посредников между изготовителем и потребителем могут выступать брокеры и торговые агенты. Деятельность брокеров и торговых агентов отличается от функций оптовых баз по двум показателям:

с они не берут на себя право собственности на товар;

с выполняют ограниченное число функций.

Главная их функция - содействие купле-продаже. Они обычно специализируют свою деятельность либо по товарному ассортименту, либо по типу обслуживаемых ими клиентов. За свои услуги они получают комиссионное вознаграждение.

**Брокеры.** Основная их функция - найти покупателя и продавца, свести их, помочь им договориться об условиях купли-продажи, поставки. Брокер не имеет товарных запасов, не принимает участия в финансировании сделок, не берет на себя никакого риска. Брокер может быть привлечен к работе либо продавцом, либо покупателем на любой срок.

**Торговые агенты.** Они, как правило, привлекаются на более долговременной основе, зачастую находятся в штате организации. Существует несколько видов агентов. Агенты производителей наиболее распространены. Такой агент может представлять одного или несколько изготовителей дополняющих друг друга товаров.

Агенты могут объединяться в мелкие коммерческие организации (несколько человек). Их задача на основе широкого контакта с покупателем обеспечить продажу товаров. Они могут быть наняты мелкими организациями, которые не могут содержать свой штат, а могут быть в штате.

**Полномочные агенты по сбыту.** На договорной основе с производителем выполняют функции по сбыту всей выпускаемой производителем продукции.

**Агенты по закупкам.** На основе долговременных соглашений с покупателями продукции закупают для них эту продукцию, проверяют качество, накапливают, хранят, доставляют ее в нужное место [13, с.17].

**Агенты-комиссионеры.** Закупают продукцию, выступают во владение этой продукцией и далее самостоятельно заключают сделки на ее продажу.

### **Розничная торговля как участник продвижения товаров на рынок.**

В процессе товародвижения розничная торговля выполняет ряд функций и является конечным звеном, где происходит смена форм стоимости и общественное признание затрат на производство и доведение товаров.

Розничная торговля выполняет следующие функции:

s формирует торговый ассортимент, собирая товары от большого количества поставщиков;

s обеспечивает рекламу товаров;

s осуществляет необходимые операции с товаром;

s продает товары конечным потребителям;

s оказывает необходимые услуги.

Розничная торговля может осуществляться через магазины различных типов, мелкорозничную торговую сеть, передвижную, посылочную торговлю [10, с.101].

### **Транспорт**

Важную роль в процессе товародвижения выполняет транспорт (железнодорожный, водный, автомобильный, воздушный, трубопроводный).

Транспортные организации и предприятия в процессе продвижения товаров на рынок должны обеспечить:

s сохранность груза в процессе транспортирования;

s своевременную доставку груза;

s соблюдение правил загрузки и транспортировки груза;

s применение прогрессивных технологий транспортирования;

s механизацию погрузочно-разгрузочных работ;

s эффективное использование транспортных средств.

Важной задачей при выборе оптимального варианта продвижения товара является правильное определение вида используемого транспорта.

Правильный выбор видов транспорта обеспечивает снижение расходов по доставке товаров от производителя до потребителя, соблюдение сроков доставки, частоты и размеров партий завоза, сохранность товаров и их потребительских свойств.

Важное значение имеет определение оптимального количества звеньев товародвижения. Этот вопрос решается в процессе выбора формы и звенности товародвижения.

Различают торгово-организационную и складскую звенность. **Торгово-организационная** звенность показывает, какое количество торговых организаций и предприятий участвует в актах купли-продажи. Она измеряется коэффициентом торгово-организационной звенности, который исчисляется как отношение валового оборота (складского, транзитного, розничного) к розничному, и показывает, сколько раз товар продавался в сфере обращения. **Складская** звенность свидетельствует о том, через сколько складов прошел товар на пути его движения от производства до потребителя. Коэффициент складской звенности рассчитывается как отношение складского оборота к розничному.

Показатели звенности имеют большое народнохозяйственное значение для Республики Беларусь, так как происхождение каждого складского звена приводит к удорожанию процесса товародвижения за счет увеличения погрузочно-разгрузочных операций, естественной убыли товаров, расходов, связанных с содержанием складских помещений и обслуживающего персонала, с замедлением оборачиваемости товаров. Поэтому задача снижения количества складских звеньев в процессе товародвижения сводится одновременно к решению задач по снижению расходов на реализацию, ускорению товарооборачиваемости, повышению качества обслуживания населения.

Следует отметить, что выбор наиболее рациональной формы товародвижения диктуется конкретными обстоятельствами. Эффективность применения той или другой формы товародвижения достигается лишь в том случае, если при минимальных затратах по доведению товара до потребителя покупателям предоставляется широкий выбор товаров при ускорении общей товарооборачиваемости.

Так как потребительская кооперация имеет рассредоточенную и измельченную торговую сеть, для нее этот вопрос является одним из самых актуальных.

Необоснованное использование форм товародвижения может привести к отрицательным последствиям торговой деятельности, к накоплению излишних товарных запасов, замедлению товарооборачиваемости, дополнительным расходам по хранению и реализации крупных партий товара.

с Основными складскими звеньями на пути движения товаров от промышленной организации до магазина могут выступать склады:

с готовой продукции промышленных предприятий или склады выходных баз;

с оптовых баз государственной торговли;

с оптовых баз потребительской кооперации;

с других посредников.

В зависимости от количества промежуточных звеньев различают однозвенную и многозвенную формы движения товара.

Число складских звеньев между предприятиями-изготовителями и розничной торговой сетью должно быть минимальным. Следует максимально сокращать звенность продвижения товаров, где это возможно и целесообразно. Если требуется подсортировка, накопление товара, наиболее приемлемым является движение товара через одно звено.

В исключительных случаях по товарам, производство которых размещено неравномерно и привязано к сырьевым источникам, а сами товары сложны по ассортименту, возникает потребность разместить одно оптовое звено в районе сосредоточения производства, другое - в районе потребления.

Многозвенный путь движения товаров влечет дополнительные расходы, связанные с выполнением технологических операций в каждом звене. Это приводит к увеличению расходов по доведению товаров от производства до потребителя, усложняется процесс товародвижения, замедляется скорость обращения товара.

Количество звеньев, необходимых для доведения товара от производства до потребителя, в каждом конкретном случае должно быть экономически обоснованным [10, с.99].

## **1.2 Основные направления совершенствования товародвижения в современных условиях хозяйствования**

товар движение рынок коммерческий

при осуществлении своей деятельности, каждая организация торговли заинтересована в том, чтобы выбрать оптимальные каналы товародвижения. Ведь концепция товародвижения предполагает формирование оптимальной системы продвижения товара от производителя до конечного потребителя. Она должна обеспечить комплексный подход и единство логистической системы.

Реальные условия, в которых приходится организовать товародвижение, динамичны, требуется систематически корректировать принятые решения, совершенствуя действующую систему. Этот процесс называется рационализацией.

Под рационализацией товародвижения понимается создание такой системы перемещения товаров, при которой обеспечивается своевременное и бесперебойное доведение до розничной торговой сети товаров в соответствии с предъявленным спросом потребителей и с наименьшими затратами труда, материальных, финансовых ресурсов и времени.

Основными принципами рациональной организации товародвижения являются:

с оптимальная звенность;

с унификация технологических схем и структур;

с оптимизация торгово-технологических операций, их поточность;

с кратчайшие пути движения;

с эффективность использования транспортных средств, тары, технологического оборудования.

Особое внимание к товародвижению определено значительными затратами на продвижение товара на каждом этапе. Поэтому возникает необходимость серьезного обоснования выбираемых каналов продвижения, обеспечивающих сокращение совокупных затрат на транспортирование товаров и содержание товарных запасам.

Уровень и размеры затрат по перемещению продукции от производственных предприятий до потребителей определяются конкретной реальной ситуацией. Возможен вариант, когда между производителем и потребителем появляется множество посредников, которые не участвуют в производстве, но хотят получить

прибыль за счет посредничества. Если они вклиниваются в этот процесс, то значительная часть общественного продукта пойдет на покрытие затрат посредников.

При появлении посредников продвижении товаров от производителей к потребителям сопровождается многочисленной перепродажей их с многократными операциями по погрузке, выгрузке, хранению. В результате путь товаров усложняется, удлиняются затраты на продвижение товара, зачастую имеют место нерациональные, излишне дальние, встречные перевозки [1, с.198].

При нерациональном товародвижении и ненужных посредниках теряется не только время (замедляется процесс товародвижения), но и увеличиваются затраты, имеют место потери товаров и качества. Необходимо исключать необоснованность посредников, во главу угла поставить цель производить то, что требует рынок, и доставлять в нужное место произведенные товары по оптимальным путям с минимальными затратами.

Рационализация товародвижения во многом зависит от правильного выбора путей перемещения товаров в процессе доведения их до конечного потребителя и определения количества складских звеньев, через которые проходит товар в пути следования. На каждом этапе необходимо сделать правильный выбор вида транспорта и средств подвижного состава. От этого во многом зависят транспортные расходы на доставку товаров к месту потребления. Сокращение затрат на осуществление товарного обращения способствует рациональное размещение промышленности республики.

В процессе ее территориального размещения ставятся задачи, с одной стороны, приблизить производственные предприятия к источникам сырья, с другой - к местам потребления выпускаемой продукции. Это позволит сократить затраты на перевозку единицы продукции, а также приведет к сокращению времени обращения и ускорению процесса производства, что будет способствовать повышению эффективности общественного труда.

Приближение производства к районам потребления - важнейшее требование при размещении производительных сил. Это требование прежде всего относится к производству скоропортящихся товаров, не выдерживающих длительной транспортировки и связанных с ней перегрузок. Производство этих групп товаров должно быть максимально приближено к району потребления, так как их потребительская стоимость сохраняется в течение сравнительно небольшого

времени обращения.

Поэтому существует такая закономерность: чем быстрее портится товар, тем скорее он должен быть потреблен, а следовательно, и продан после его производства, тем на меньшее расстояние от места своего производства он может быть удален, тем, более местный характер носит рынок его сбыта.

Доведение затрат на продвижение готовой продукции от поставщиков к потребителям до общественно необходимых имеет социальную направленность. Затраты, израсходованные сверх этих норм, покрываются за счет прибавочного продукта, что увеличивает непроизводительные затраты общества. В связи с этим принимаемые Правительством Республики Беларусь решения направлены на оптимизацию всех видов затрат по распределению продукта. Сформирована система мер по рационализации товаропроводящей сети республики:

с упразднение излишних звеньев;

с сокращение пути движения товаров от производителя до потребителя;

с удешевление стоимости перевозок и сокращение расходов на реализацию;

с ликвидация излишне дальних, встречных, повторных и других нерациональных перевозок;

с приближение организаций к источникам сырья и районам потребления;

с рациональное взаимодействие различных видов транспорта, эффективное их использование;

с оптимизация схем товародвижения;

с применение прогрессивных технологий в процессе товародвижения;

с сокращение сроков доставки;

с совершенствование хозяйственных связей;

с организация бесперебойного товароснабжения магазинов оптимальными партиями товара.

Актуальность рационализации процесса товародвижения заключается в том, что с увеличением объемов производства растет грузооборот и повышаются расходы на

транспортировку продукции. Наличие нерациональных перевозок, необоснованно усложняющихся путей товародвижения приводит к прямым потерям общества, а с увеличением грузооборота они пропорционально растут[12, с.82]..

Неослабное внимание к вопросам совершенствования товародвижения обусловлено динамичностью данного процесса, который изменяется в зависимости от развития производительных сил общества и происходящих социально-экономических преобразований. Меняющиеся условия ставят новые задачи по совершенствованию товародвижения.

Совершенствование товародвижения будет способствовать практическое применение логистики, которая управляет движением материальных потоков, обеспечивает интеграцию работы и увязку интересов всех участников системы продвижения товара, что определяет комплексный подход к решению проблемы. Реализация логистической концепции обеспечит сокращение временных и финансовых затрат на товародвижение.

Значение совершенствования товародвижения заключается также в том, что оно оказывает непосредственное влияние на время обращения, от которого зависят темпы увеличения общественного производства и прирост национального богатства.

Сокращение времени обращения в результате выбора рациональных путей товародвижения имеет большое народнохозяйственное значение. Особую актуальность проблема совершенствования товародвижения приобретает в системе потребительской кооперации, осуществляющей торговую деятельность в сельской местности.