Кр- построение каналов товародвижения

Стр-27

**Содержание**

[Введение](#_Toc436922443)

[1 Теоретические основы товародвижения](#_Toc436922444)

[1.1 Сущность товародвижения](#_Toc436922445)

[1.2 Особенности и классификация каналов товародвижения](#_Toc436922446)

[2 Анализ построения каналов товародвижения ТОО «»](#_Toc436922453)

[2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия ТОО](#_Toc436922454)

[2.2 Анализ каналов товародвижения ТОО «»](#_Toc436922455)

[2.3 Направления повышения эффективности управления каналами товародвижения ТОО «»](#_Toc436922456)

[Заключение](#_Toc436922457)

[Список использованной литературы](#_Toc436922458)

**Заключение**

Товародвижением в маркетинге называется система, которая обеспечивает доставку товаров к местам продажи в точно определенное время и с максимально высоким уровнем обслуживания покупателей. Зарубежные авторы под товародвижением понимают систематическое принятие решений в отношении физического перемещения и передачи собственности на товар или услугу от производителя к потребителю, включая транспортировку, хранение и совершение сделок.

Непрерывное движение товаров от производства до потребителя представляет собой объективно необходимый процесс воспроизводства. По своему содержанию это материально вещественный процесс перемещения во времени и пространстве готовых к потреблению продуктов труда, которые обладают определенными физико-механическими свойствами. Количество перемещенных товаров измеряется натуральными и стоимостными показателям, в которых выражается информация о товародвижении.

**Список использованной литературы**

1  Абдулжанов А.Г., Баширов И.Х. Маркетинг. Исследования. Организация. Внедрение. Донецк: кассиопея, 2010.-316 с.;

2  Азарян Е.М., Донец Л.И. Таможенный маркетинг. Донецк: Юго - Восток, 2013. - 192 с.;

3.  Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: Центр экономики и маркетинга, 2014.-208 с.;

4.  Болт Г.Дж. «Практическое руководство по управлению сбытом»: Пер. С англ. // Научн. Ред. и авт. Предисл. Ф.А Крутиков. М.: Экономика, 2014.- 271 с.;

5.  Иванец В.М. «Маркетинговая стратегия предприятий АПК». Крымский гос. Аграрный Университет. - Симферополь.: «Таврия», 2012. - 348с.;