Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/vkr/253742

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Маркетинг

ВВЕДЕНИЕ 3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ 5
1.1.Понятие и сущность коммерческой деятельности 5
1.2.Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия 14
1.3 Современные пути совершенствования коммерческой деятельности 18
2.АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ПАТРИОТ АВТО» ЗА 2019-2021 ГГ. 26
2.1 Общая характеристика деятельности предприятия 26
2.2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Патриот Авто» за 2019-2022 гг. 31
2.3 Расчет показателей эффективности коммерческой деятельности ООО «Патриот Авто» за 2019-2022 гг. 35
3. РАЗРАБОТКА МЕР ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ПАТРИОТ АВТО» 42
3.1 Характеристика мероприятий по улучшению коммерческой деятельности ООО «Патриот Авто» 42
3.2 Этапы реализации мероприятий и расчеты необходимых затрат 46
3.3 Оценка эффективности предложенных мероприятий 50
ЗАКЛЮЧЕНИЕ 55
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 59
ПРИЛОЖЕНИЯ 62

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях развития различных рынков важными вопросами являются проблемы формирования рыночного предложения, способного удовлетворить все потребности основных категорий потребителей благ и услуг, регулирования и создания гармоничных условий для взаимодействия различных отраслей народного хозяйства.
Эффективная организация коммерческой работы с различными ассортиментами товаров способна решать вопросы, связанные с созданием товарного ассортимента, перемещением товаров между различными регионами, влиянием на цены реализации товаров клиентам.
Коммерческая работа чаще всего является завершающим этапом бизнес-цикла коммерческих предприятий, от которых зависит их прибыльность.
Актуальность данной темы заключается в том, что коммерческая работа в торговой организации способствует обеспечению эффективной и сбалансированной политики фирмы в области торговли.
Экономическая роль, которую выполняет организация торговли в сфере товарного обращения, заключается в организации купли - продаже товаров и услуг, их складировании и хранении, доведении товаров до потребителей и обеспечение сопутствующих информационных и маркетинговых услуг. На макроуровне торговля призвана интегрировать различные экономические территории, формировать совокупный спрос и предложение, стабилизировать уровни цен на товары и услуги, а также осуществлять кредитование небольших компаний.
Цель работы заключается в разработке предложений по совершенствованию коммерческой работы компании ООО «Патриот Авто».
В связи с этой целью ставится ряд основных задач:
- раскрыть сущность и экономическое содержание коммерческой работы,
- исследовать организацию продаж в компании.
- предложить меры по улучшению коммерческой деятельности ООО «Патриот Авто».

Практическая значимость работы состоит в разработке мер по улучшению коммерческой деятельности предприятия.
Новизна работы заключается в применении мер стимулирования коммерческой деятельности в отрасли

торговли автомобилями, что может быть использовано как опыт для подобных предприятий.
Объектом исследования выступает ООО «Патриот Авто».
Предмет работы – мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности предприятия.
Первая часть посвящена описанию теоретических основ коммерческой работы.
Во второй главе приводится анализ коммерческой деятельности компании ООО «Патриот Авто».
В третьей главе разрабатываются меры по улучшению коммерческой работы ООО «Патриот Авто».
Для раскрытия данной темы были использованы исследования различных авторов в области маркетинга, экономические сайты и ресурсы Интернет.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

1.1.Понятие и сущность коммерческой деятельности

Коммерческая деятельность является основной движущей силой компании, она связана со всеми другими видами деятельности. Поэтому это жизненно важно, как и необходимость немедленно адаптироваться к требованиям рынка.
Хотя так было всегда, появление Интернета все изменило. Сегодня большая доля рынка приходится на Интернет. Кажется очевидным, что большинству компаний из всех секторов (не только онлайн-продаж) необходимо будет быстро адаптировать маркетинг, продажи и послепродажное обслуживание к новым требованиям рынка, потому что существующие и потенциальные клиенты захотят использовать свои компьютеры и мобильные устройства. (смартфоны, планшеты, мобильные телефоны и т.д.) для взаимодействия в Интернете. Но это изменение не простое. В дополнение к необходимому изменению отношения к пониманию и применению этих новых концепций управления требуется оптимизация коммерческих процессов компании для обеспечения согласованности и гибкости.
Результатом является система, полностью адаптированная к потребностям и ресурсам компании и координирующая всю коммерческую деятельность.
Коммерческая деятельность – это обмен товарами и услугами между потребителями и производителями в определенных масштабах . Она включает в себя экономические, правовые, политические, социальные, культурные и технологические процессы, происходящие среде, где действует предприятие. Как правило, это влияет на благополучие и благополучие граждан и жителей, а также оказывает прямое влияние на имеющиеся у людей деньги.
Важно выделить разницу между торговлей и коммерческой деятельностью предприятия.
Торговля означает продажу и покупку предметов за деньги или что-либо ценное .
Коммерческая деятельность охватывает гораздо более широкую область и включает в себя торговлю, а также услуги, которые способствуют такой покупке и продаже товаров. Это могут быть страховые, складские, транспортные и рекламные услуги.
Компоненты коммерческой работы :
-Торговля является важным компонентом коммерции. Это относится только к прямой покупке и продаже продуктов. Торговля охватывает все виды деятельности, связанные с торговлей.
-Страхование: Защищает товары от кражи, сжигания, любого стихийного бедствия, как оговорено заранее.
-Банковское дело: относится к финансовым операциям.
-Складирование: основное внимание уделяется вопросам, связанным с хранением, таким как хранение продуктов в безопасном месте, например на «складе», до тех пор, пока они не будут проданы потребителям.
-Транспортировка: это влечет за собой перемещение товаров от места их производства до их фактической точки продажи.
Коммерческая работа чаще всего является завершающим этапом бизнес-цикла коммерческих предприятий, от которых зависит их прибыльность.
В современных условиях развития различных рынков важными вопросами являются проблемы формирования рыночного предложения, способного удовлетворить все потребности основных категорий потребителей благ и услуг, регулирования и создания гармоничных условий для взаимодействия различных отраслей народного хозяйства.
Современная коммерческая работа представляет собой процесс обмена товаров на денежный эквивалент, который является основным элементом рыночных отношений в целом. Так, она предполагает процесс

перехода товаров от одного лица к другому, имеющий целью реализовать товар с целью получения прибыли. Коммерческая работа также является важнейшей отраслью экономики, имеющей собственную инфраструктуру, иерархическую организацию, региональную распространенность, разделение функций, и которая направлена на реализацию посреднической функции между сферами производства товаров и благ до их конкретного потребления. Таким образом, она задевает процесс реализации каких-либо товаров или благ непосредственно населению страны в целях их последующего личного потребления .
Предприятия торговли завершают процессы кругооборота средств, которые были вложены в произведенные предметы потребления, а также происходит превращение товарной стоимости в денежную стоимость, создание экономической основы для возобновления производства различных товаров и стартовых возможностей для начала нового цикла производства. Торговля является источником поступления денежных средств, что влияет на формирование основ финансовой стабильности всего государства.
Таким образом, коммерческая работа – это хозяйственная деятельность предприятий по обороту и купле-продаже различных товаров. Она является особой формой товарного обращения, которое осуществляется посредством денежных средств, и связанное с актом купли-продажи благ и совокупностью специфических хозяйственных операций, направленных на обслуживание данного процесса обмена.
Следует отметить, что коммерческая деятельность по продаже товаров на розничных торговых предприятиях в отличии от оптовых предприятий имеет свои особенности. Так, розничные торговые предприятия реализуют свои товары непосредственно населению, то есть физическим лицам, что предполагает применение своих, специфических способов и методов розничной продажи, что окончательно завершает процесс обращения товара от изготовителя продукции до его потребителя.
Коммерческая работа представляет собой совокупность экономических, организационных и правовых отношений, которые возникают во время закупок или продаж различных товаров и услуг производителями или торговыми посредниками для дальнейшего их использования в сфере розничной торговли .
Осуществление процесса продажи товаров населению предполагает наличие специально оборудованного торгового помещения у розничного предприятия, приспособленного для обслуживания покупателей, а также для подбора и формирования торговых ассортиментов и возможностей их оперативного изменения в соответствии с меняющимся спросом населения. Процесс продажи также предполагает практику постоянного маркетингового изучения и учета потребительского спроса покупателей, умения предложить и продать товары каждому конкретному человеку.
Комиссионная торговля - это торговля, предполагающая продажу комиссионерами товаров, переданных им для реализации третьими лицами-комитентами, по договорам комиссии.
Развитие торговли опирается на создание специальной коммерческой службы по изучению и прогнозированию потребительского спроса, формированию оптимального ассортимента товаров, по анализу наилучших форм и методов розничной торговли при поддержке государственных и муниципальных органов власти в целях контроля за реализацией розничной торговли, разработки новых видов товаров.
Правильный процесс организации коммерческой деятельности в рамках розничной торговли способствует росту товарооборота в стране, полному удовлетворению совокупного спроса населения и получению коммерческой прибыли розничными предприятиями.
От успешной организации и функционирования коммерции во многом зависит успешность развития всего народнохозяйственного комплекса страны, сбалансированность ее внутреннего рынка, удовлетворенность растущих потребностей общества. Поэтому важной задачей в организации торговли является стремление точного соблюдения сроков поставок товаров и услуг, соблюдения всех пунктов договорных обязательств по объёму, ассортименту и качеству поставляемых товаров.
Таким образом, к основным торговым функциям предприятия можно отнести :
- формирование товарного ассортимента,
- оказание торговых услуг клиентам компании,
- осуществление процесса рекламирования товаров,
- изучение покупательского спроса на определенные виды товаров с целью корректирования товарного ассортимента.

В целом, процесс продажи товаров потребителям строится на основе соблюдения основных этапов коммерческой деятельности фирмы. К ним относится процесс поступления товаров на предприятие в соответствии с планом закупочной деятельности магазина. Во-вторых, происходит приемка товаров на соответствующий склад, с которого товар перевозится непосредственно в торговый зал магазина. В торговом помещении происходит процесс размещения товаров с целью продажи его основным клиентам. В-

третьих, товар реализуется конкретному потребителю по договорной цене с помощь совершения расчетных операций.
Организация процесса осуществления коммерческой деятельности в целях продажи товаров представлена на Рисунке 1.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Агафонова М.Н. Оптовая и розничная торговля. – М.: Экономика, 2018. – 522 с.
2. Алклычев, А.М. Экономика торговли: Учеб. пособие – Махачкала: ИПЦ ДГУ, 2019. – 160 с.
3. Балабанов, И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта. 3-е изд., доп. М.: Финансы и статистика, 2017. - 352 с.
4. Басовский, Л.Е., Лунева А.М., Басовский А.Л. Экономиа торгового предприятия: Учеб. пособие / Под ред. Л.Е. Басовского. – М.: ИНФРА-М., 2018. – 315 с.
5. Борисов, Е. Ф. Коммерческая деятельность: Учебник для студентов вузов по направлению и спец. «Экономика в торговле».- М.:Юристъ, 2019.-568 с.
6. Бочаров, В.В. Организация коммерческой деятельности. – С.-П.: Питер, 2019. – 408 с.
7. Володин, А.А., Баранникова Н.П., Бурмистрова Л.А. Справочник финансиста предприятия. — М.: Инфра-М, 2018. — 540 с.
8. Воронов, Ю.П. Учет реализации товаров (пособие по практическому ценообразованию). // М.: ЭКО, 2018. – 118 с.
9. Герасименко, В.В. Организация торговли. Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2017. – 422 с.
10. Голиков Е.А. Оптовая торговля. – М.: Экзамен, 2017. – 382 с.
11. Голубков Е.П. Коммерческая деятельность. — М.: Финпресс, 2017. – 628 с.
12. Громова А.Ю. Оптовая и розничная торговля. – СПб.: Дело и сервис, 2016. – 480 с.
13. Даненбург В. Основы оптовой торговли. – М.: Сирин, 2018. – 477 с.
14. Днянова С.Н. Оптовая торговля: организация и управление оптовой деятельностью. – М.: Инфра – М, 2016. – 228 с.
15. Иванов Г.Г. Основы торговли. – М.: Инфра - М, 2019. – 377 с.
16. Иванов, И.В., Баранов, В.В. Коммерческая деятельность. Стоимостной подход. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2018. — 504 с.
17. Ивашкин В.Б. Бухгалтерский учет в торговле. – М.: Альпина букс, 2018. – 507 с.
18. Каплина С.К. Технология оптовой и розничной торговли. – СПб.: Герда, 2019. – 402 с.
19. Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика. – М,: проспект, 2018. – 1024 с
20. Крутякова, Т.Л. Коммерческая деятельность М.: АйСи Групп, 2019. — 224 с.
21. Ланкастер, Дж., Джоббер, Д. Продажи и управление продажами. – М.: ЮНИТИ, 2018. – 416 с.
22. Николаева Г.А. Бухгалтерский учет в оптовой торговле. – М.: Альпина бизнес, 2018. – 377 с.
23. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности М.: ЮНИТИ ДАНА, 2017 — 307 с
24. Патров В.В. Оптовая торговля. – СПб.: Дело и сервис, 2019. – 381 с.
25. Поршнев А.Г., Румянцева З.П. Управление организацией/ А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 375 с.
26. Родичева, В.П. Увеличение оборота розничной торговли как фактор улучшения результатов деятельности организаций//Экономический анализ: теория и практика. -2018. -№ 17. - С. 114
27. Снегирева, В. Розничный магазин. Учет процесса реализации товаров. – СПб.: Наука, 2017. -416 с.
28. Соломатин, А.Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия/А.Н. Соломатин. М.: ИНФРА-М, 2019. – 541с.
29. Соснаускене О.И. Бухучет в оптовой и розничной торговле. – М.: Экономика, 2019. – 226 с.
30. Строков, В.А. Коммерческая деятельность товаропроизводителя. – М.: Хорс, 2018. – 329 с.
31. Фадеева Ю.Л. Оптовая и розничная торговля. – М.: Инфра – М, 2018. – 337 с.
32. Хваткин Н.Г. Экономика оптовой торговли. – СПб.: Экономика, 2018. – 394 с.
33. Щур Д.Л. Основы торговли. Оптовая торговля. – СПб.: Дело и сервис, 2018. – 686 с.
34. Институт менеджмента, инноваций и бизнес – анализа. URL: http://www.refa.de/home (дата обращения: 1.05.2022)
35. Библиотека по менеджменту. URL: http://www.inventech.ru (дата обращения: 11.05.2022)
36. Управление предприятием. URL: http://consulting.1c.ru (дата обращения: 7.05.2022)
37. Институт управления бизнесом. URL: http://investobserver.info (дата обращения: 17.05.2022)

38. Экономический портал. URL: http://institutiones.com/(дата обращения: 11.05.2022)
39. Учебный портал Экономист. URL: http://economist.rudn.ru/(дата обращения: 8.05.2022)
40. Портал менеджеров. URL: http://tomanage.ru/(дата обращения: 18.05.2022)

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/vkr/253742