

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/kurovaya-rabota/351728>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Коммерция

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОММЕРЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ 6

1.1 Сущность коммерческой деятельности предприятия 6

1.2 Субъекты и объекты коммерческой деятельности 9

1.3 Эффективность коммерческой деятельности предприятия 10

2 ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИИ ПАО «ГМК «НОРИЛЬСКИЙ НИКЕЛЬ» 13

2.1 Общая характеристика предприятия 13

2.2 Анализ внешней и внутренней среды предприятия 15

2.3 Оценка эффективности коммерческой деятельности 22

3 ОСНОВНЫЕ ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПАО «ГМК «НОРИЛЬСКИЙ НИКЕЛЬ» 35

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 40

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 42

ПРИЛОЖЕНИЕ 45

1 ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОММЕРЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 СУЩНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Многие потребности, предпочтения, интересы покупателей, удовлетворение которых принесет прибыль компании, являются основными определяющими факторами маркетинговой ориентации стратегического менеджмента. Ключевое направление в стратегии организации бизнеса уделяется потребителю, а основное внимание уделяется активам, партнерским отношениям, использованию ресурсов и мотивации команды. Поведенческие действия, направленные на выявление и удовлетворение потребностей потребителей, дают общее представление о постановке целей для организации бизнеса торговой компании.

Существует также определение цели коммерческой деятельности как предполагаемого социально-экономического результата материализации экономических отношений на рынке. Согласно гипотезе максимизации продаж в первой сформулированной теории делового поведения на рынке, максимизация прибыли из-за неравенства в возможностях организации деятельности в различных секторах экономики приводит к ухудшению финансового положения компании. Причина в том, что компании не реагировали на изменения в окружающей среде, но стремились увеличить свои доходы, несмотря на затраты. В период становления и развития коммерческой деятельности это утверждение подтверждается [3, с. 24].

Для лучшего понимания роли оценки эффективности коммерческой деятельности, а также для построения самого процесса разработки системы оценки эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия необходимо уточнить сущность самого понятия «коммерческая деятельность». Коммерческая деятельность представляет собой одно из основных направлений в бизнесе и составляет значительную долю в структуре видов деятельности торговой организации.

Рассмотрим понятие «коммерческая деятельность» с нескольких сторон. С одной стороны коммерческая деятельность торговой организации – это деятельность, основной целью которой является получение прибыли. В этом смысле данная цель совпадает с основной целью предпринимательской деятельности. С другой стороны, коммерческая деятельность торговой организации является процессом деятельности торговых предприятий, включающим в себя многие этапы.

Можно также выделить и третью сторону коммерческой деятельности торговой организации, под которой мы понимаем разработку и внедрение производства товаров и услуг. Отметим, что коммерческая деятельность может быть представлена на различных предприятиях, но в классическом виде реализуется именно в торговых организациях. Выделим основную цель деятельности торговой организации. Она совпадает с целью предпринимательской деятельности - получение максимальной прибыли при оптимальных затратах. Поставленная цель определяет задачи коммерческой деятельности торговой

организации:

- изучение формирования рынка товаров и услуг на котором действует изучаемое торговое предприятие;
- обоснование объемов производства и реализации в соответствии с емкостью рынка и техническими возможностями предприятия; - построение системы реализации и сбыта;
- посредничество в коммерческих операциях и услугах [12, с. 25].

Необходимо понимать, что показатели коммерческой деятельности, применимые к одной организации, не могут быть в точности скопированы для анализа коммерческой деятельности другой организации. Этому способствуют многие факторы внутренней и внешней среды предприятия, а также меняющиеся условия экономической деятельности.

Каждая компания постоянно следит за изменениями во внешней среде. Действия демографических, природных, технологических, политических, правовых и социокультурных факторов определяют экономическую среду для функционирования экономического субъекта. Анализ, оценка и осведомленность о ключевых возможностях внешней среды и понимание условий, необходимых для реализации управленческих решений, позволяют определить необходимые цели. Планирование предполагает реализацию возможностей доступными средствами или поиск более привлекательных перспектив для достижения конкретных условий, которые будут необходимы. Максимизация прибыли не является целью коммерческих предприятий, но является предпосылкой успешной коммерческой деятельности. Прибыль, однако, является экономическим показателем, отражающим результат продажи товаров и услуг. Повышение рентабельности продаж невозможно без повышения эффективности снабжения, информации, работы, финансовой и материально-технической поддержки, которые являются векторами функционирования коммерческих предприятий. Для выполнения функций коммерческой деятельности как правило руководствуются набором целей, которые по характеру содержания можно поделить на следующие группы: 1) экономическая, обеспечивающие функционирование и развитие предприятия; 2) социальная предопределенность предприятия как социально-экономической системы; 3) техническая, направленная на улучшение материально-технической базы и повышение эффективности ее использования.

С изменением внешних условий функционирования организации или с переходом организации на другую фазу жизненного цикла, происходит оптимизация целей в зависимости от изменения приоритетов. Некоторые цели являются постоянными, другие могут быть потенциальными. Без определения целей невозможна успешная деловая активность, планирование, регулирование и контроль. Они нацелены на устранение слабых сторон и усиление бизнес-преимуществ для максимизации возможностей в бизнес-среде и предотвращения угроз. Это определяется характером бизнеса, стремлением компании к ожидаемым результатам.

Исходя из этого, цели должны исходить из существующей ситуации, направленной на формирование будущих возможностей, быть конкретными, реалистичными и достижимыми, выражать желаемый результат. Это обстоятельство означает, прежде всего, что цели коммерческой деятельности должны быть динамичными и гибкими, легко подстраиваться под рыночные условия и иметь экономическое обоснование. Цели и задачи коммерческой деятельности представляют собой набор действий, классифицированных по важности, руководящих принципов стратегического управления компаниями.

1.2 СУБЪЕКТЫ И ОБЪЕКТЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рассмотрим комплекс теоретических аспектов, на которые опирается термин коммерческая деятельность. Выделяют субъекты и объекты коммерческой деятельности. К субъектам можно отнести те экономические хозяйственные единицы, которые взаимодействуют с предприятием: производители товаров и услуг, поставщики товарно-материальных ценностей, посредники, кредиторы, государственные органы надзора и контроля, и другие организации [7, с. 52].

К объектам коммерческой деятельности предприятия отнесем товары и услуги, то есть то, чем предприятие занимается, что производит и реализует. Для того, чтобы торговое предприятие осуществляло свою деятельность, ему необходима основа. Основа коммерческого предприятия представляет собой базис, объединяющий в себе несколько составляющих:

- источники средств предприятия, которые могут быть собственными и заемными;
- материально-техническую базу;
- информационную базу.

Главным фактором же коммерческой деятельности организации, ее движущей силой является получение

результата – то есть получение прибыли, а также реализация социальной составляющей деятельности предприятия. С точки зрения процесса коммерческая деятельность представляет собой совокупность следующих процессов:

- коммерческие процессы, охватывающие маркетинговые, коммуникативные, информационные и другие процессы на предприятии;
- технологические процессы, связанные с движением потребительной стоимости, и включающие в себя сортировку, хранение, фасовку, транспортировку, упаковку, и другие процессы;
- сервисные процессы, охватывающие дополнительные коммерческие процессы, индивидуализацию товаров и услуг и другие.

Меняющиеся экономические условия затрагивают практически все стороны деятельности предприятия, существенно влияют на развитие предприятий торговли, на эффективность его коммерческой деятельности. Поэтому предприятия ориентированы не только на организационное развитие, но и на повышение эффективности коммерческой деятельности.

1. Белов, В. А. Торговое (коммерческое) право: академический курс. Том I. Понятие. История. Изучение: учебник для вузов / В. А. Белов. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 703 с.
2. Белов, В. А. Торговое (коммерческое) право: академический курс. Том II. Источники. Коммерсанты. Товары. Конкуренция: учебник для вузов / В. А. Белов. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 702 с.
3. Бобков, А. Л. Коммерческая деятельность фирмы / А.Л. Бобков, Н.П. Карпусь. – М.: СИНТЕГ, 2021. – 144 с.
4. Боброва, О. С. Основы бизнеса: учебник и практикум для вузов / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 382 с.
5. Боброва, О. С. Организация коммерческой деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 382 с.
6. Бунеева, А.А. Коммерческая деятельность: Организация и Управление / А.А.Бунеева. – М.: РГГУ, 2020. – 320 с.
7. Бунеева, Р. И. Коммерческая деятельность. Организация и управление / Р.И. Бунеева. – М.: Феникс, 2021. – 368 с.
8. Войтина, Ю.М. Теория организации: учебное пособие / Ю.М. Войтина. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. – 114 с.
9. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: Учебник / С.Н. Виноградова. – Мн.: Вышэйшая шк., 2021. – 288 с.
10. Виноградов, С.Н. Организация и технология торговли: учебник / С.Н. Виноградов. – Минск: Вышэйшк., 2020. – 479 с.
11. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 563 с.
12. Денисова, Н.И. Коммерческая деятельность предприятий торговли: Учебное пособие / Н.И. Денисова. – М.: Магистр, 2019. – 320 с.
13. Денисова, Н.И. Коммерческая деятельность предприятий торговли: Учебное пособие / Н.И. Денисова. – М.: Магистр, Инфра-М, 2021. – 480 с.
14. Дорман, В. Н. Коммерческая организация: доходы и расходы, финансовый результат: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Н. Дорман; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 107 с.
15. Дорман, В. Н. Основы коммерческой деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Н. Дорман; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 119 с.
16. Жукова, Т. Н. Коммерческая деятельность / Т.Н. Жукова. – М.: Вектор, 2021. – 256 с.
17. Иванов, Г.Г. Коммерческая деятельность: Уч / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. – М.: Форум, 2019. – 192 с.
18. Иванов, Г. Г. Организация и технология коммерческой деятельности / Г.Г. Иванов. – М.: Академия, 2020. – 272 с.
19. Каменева, С. Е. Организация коммерческой деятельности в сфере услуг: учебное пособие для вузов / С. Е. Каменева. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 76 с.
20. Карашук, О. С. Торговое дело. Введение в профессию: учебное пособие для вузов / О. С. Карашук. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 143 с.
21. Коммерческое право: учебник для вузов / Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов; под редакцией С. Н.

- Бабурина, Н. А. Машкина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 455 с.
22. Синяева, И.М. Коммерческая деятельность: Учебник для бакалавров / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, С.В. Земляк. - Люберцы: Юрайт, 2020. - 506 с.
23. Строков, В.А. Коммерческая деятельность товаропроизводителя / В.А. Строков. – М.: Хорс, 2021. – 329 с.
24. Чеберко, Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности: учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Чеберко. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 219 с.
25. Чеберко, Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности. История предпринимательства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Чеберко. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 420 с.

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/kurovaya-rabota/351728>