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/referat/360224>

Тип работы: Реферат

Предмет: Коммерция

Содержание

Введение 3

1.1. Содержание и основные понятия коммерческой деятельности 5

1.2. Основные векторы развития коммерческой деятельности 7

1.3. Подходы к развитию закупочной деятельности на предприятии 10

1.4. Подходы к развитию сбытовой деятельности на предприятии 17

1.5. Подходы к оценке эффективности мероприятий по совершенствованию коммерческой деятельности 22

Заключение 27

Список литературы 29

Введение

Актуальность темы. Произошедшие в последние годы изменения в экономике России, связанные с переходом к рыночным отношениям, привели к значительному увеличению объёма рынка потребительских товаров, расширению их ассортимента. В связи с изменением форм собственности существенно изменился облик торговых предприятий и характер их функционирования. С переходом к рыночной экономике все большее значение приобретают потенциальные возможности коммерческой деятельности. Являясь, с одной стороны, областью практической деятельности, с другой стороны, она представляет собой самостоятельную область знаний, научную и учебную дисциплину, изучающую организацию коммерческих процессов в сфере товарного обращения с целью эффективного осуществления торговых сделок.

Предпринимательская деятельность – это любая деятельность, связанная с целью получения прибыли. Ее часто делят на операционную деятельность, инвестиционную деятельность и финансовую деятельность. Из них операционная деятельность, как правило, считается наиболее важной, поскольку она оказывает самое непосредственное влияние на результаты деятельности компании.

Современная практика коммерческой деятельности требует самых разнообразных знаний. Необходимо уметь исследовать рыночную ситуацию, учитывать ее тенденции, принимать коммерческие решения. Предварительно оценив уровень риска. Много серьезных коммерческих задач связано с организацией закупки и продажи товаров. Для их успешного решения необходимо знать методы, которые позволят правильно выбрать поставщика, наладить товароснабжение, сформировать товарный ассортимент, определить, какие формы оптовой продажи являются более целесообразными и какие средства рекламы лучше использовать.

Цель работы – рассмотреть научные подходы организации разработки проекта развития коммерческой деятельности на предприятии.

Задачи работы:

- рассмотреть содержание и основные понятия коммерческой деятельности;
- изучить основные векторы развития коммерческой деятельности;
- выявить подходы к развитию закупочной деятельности на предприятии;
- проанализировать подходы к развитию сбытовой деятельности на предприятии;
- рассмотреть подходы к оценке эффективности мероприятий по совершенствованию коммерческой деятельности.

1.1. Содержание и основные понятия коммерческой деятельности

Сущность коммерческой деятельности как одной из форм предпринимательства заключается в приобретении и сбыте (продаже) товаров и услуг для получения прибыли. «Коммерция» – слово латинского происхождения (commercium) и означает «торговля». Коммерческая деятельность – это самостоятельный вид хозяйственной деятельности в таких сферах, как торговля, промышленность, финансовая сфера и других областях предпринимательства.

Предпринимательство – это способность и готовность развивать, организовывать и управлять бизнес-предприятием вместе с любыми его факторами неопределенности с целью получения прибыли. Наиболее ярким примером предпринимательства является открытие нового бизнеса. В экономике предпринимательство, связанное с землей, трудом, природными ресурсами и капиталом, может приносить прибыль. Предпринимательское видение определяется открытиями и готовностью идти на риск и является неотъемлемой частью способности страны добиться успеха на постоянно меняющемся и все более конкурентном глобальном рынке.

«Коммерческая деятельность включает в себя все виды деятельности, которые компания осуществляет с основной целью получения прибыли. Это общий термин, который охватывает всю экономическую деятельность, которую предприятие осуществляет в ходе своей коммерческой деятельности» [Брагин, Л.А. Организация коммерческой деятельности. М.: Академия, 2014. С. 26.]. Деловая деятельность, включая операционную, инвестиционную и финансовую деятельность, продолжается и направлена на создание акционерной стоимости. Термины «бизнес» и «коммерческая деятельность» часто используются взаимозаменяемо.

Коммерческая деятельность – более узкое понятие, чем предпринимательство. Предпринимательство – это организация экономической, производственной и иной деятельности, приносящей предпринимателю доход. Предпринимательство может означать организацию промышленного предприятия, сельской фермы, торгового предприятия, предприятия обслуживания, банка, адвокатской конторы, издательства, исследовательского учреждения, кооператива и т.д. Из всех этих видов предпринимательской деятельности только торговое дело является в чистом виде коммерческой деятельностью.

«Коммерция по своему значению гораздо ближе к торговле и связанным с торговлей видам деятельности, таким как связь, транспорт, страхование и так далее. Таким образом, коммерция является частью всех видов деятельности, осуществляемых от имени бизнеса, таких как планирование, реклама, покупка, продажа, маркетинг, бухгалтерский учет и надзор за производством и т. д. по объему, чем бизнес» [Брагин, Л.А. Организация коммерческой деятельности. М.: Академия, 2014. С. 45.]. Вспомогательные средства для торговли — это деятельность, которая поддерживает торговлю. Транспорт, банковское дело, страхование, складирование и реклама считаются вспомогательными средствами торговли. Они обычно известны как услуги. Они устраняют любые препятствия, возникающие во время любой торговой деятельности. Например, банковское дело обеспечивает финансирование торговца.

В современных условиях деятельность торгового предприятия связана с предпринимательством, коммерцией, эконометрикой, экономической кибернетикой и информатикой. Этим определяется новый качественный уровень и экономический рост рынка. Соответствующим образом должна строиться и организационная структура управления торговым предприятием. Коммерческая деятельность торговых предприятий имеет много общего. Однако конкретные управленческие решения, разработанные и реализованные одними торговыми предприятиями, не всегда могут быть использованы другими предприятиями. Это обусловлено факторами внешней среды на стадии перехода к рыночной экономике, в первую очередь изменениями потребительского рынка. Кроме того, изменяются во времени и

Список литературы

1. Арзумова, Т.И. Экономика организации: учебник / Т.И. Арзумова, М.Ш. Мачабели. – Москва, 2014. – 504 с.
2. Бахарева, А. С. К вопросу о совершенствовании сбытовой деятельности / А. С. Бахарева // Молодой ученый. — 2022. — № 46 (441). — С. 403-406.
3. Брагин, Л.А. Организация коммерческой деятельности / Л.А. Брагин, И.Б. Стукалова, С.С. Шипилова. 4-е изд. – М.: Академия, 2014. – 176 с.
4. Бунеева, Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление: учебник / Р.И. Бунеева. – М.: Феликс, 2012. – 352 с.
5. Иванова М.Б. Коммерческая деятельность: учеб. пособие / М.Б. Иванова, М.Ю. Иванов. – М.: Издво«РИОР», 2005. – 266 с.
6. Каплина С.Л. Организация коммерческой деятельности / С.Л. Каплина. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 448 с.
7. Коммерческая деятельность: краткий курс лекций для студентов 3 курса направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» / Сост.: С.А. Поповская // ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2016. – 91 с.
8. Коммерческая деятельность предприятия: стратегия, организация, управление: учебное пособие / Под

- ред. В.К. Козлова, С.А. Уварова. – СПб.: Политехника, 2015. – 322 с.
9. Кондаков, И.В. Совершенствование коммерческой деятельности как инструмент повышения конкурентоспособности предпринимательских структур / И.В. Кондаков // Вестник ТГУ. – 2013. - №5 (61). - С. 103-107.
10. Красюк, И.А. Маркетинг в коммерческой деятельности: учебное пособие / И.А. Красюк, Л.В. Казакова. – М.: Высшее образование, 2015. – 400 с.
11. Лобова, А. С. Теоретические подходы к формированию долгосрочной программы закупочно-коммерческой деятельности предприятия / А. С. Лобова, Е. В. Пульнова // Молодой ученый. — 2017. — № 39 (173). — С. 33-36.
12. Масютин, С. Управление социальным развитием организации / С. Масютин, Н. Аблязова, М.Аверкин. – М.: Инфра-М, 2013. – 416 с.
13. Меженская, В.В. Механизм управления коммерческой деятельностью торгового предприятия / В.В. Меженская, Н.С. Шпирная // БизнесИнформ. – 2012. – № 4. - С. 144-146.
14. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.Г. Панкратов. – 8-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К0», 2005. – 504 с.
15. Пигунова, О.В. Стратегия коммерческой деятельности предприятий розничной торговли / О.В. Пигунова, О.Г. Аниськова. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2014. – 117 с.
16. Синяева, И.М. Коммерческая деятельность: учебник для бакалавров / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, С.В. Земляк, В.В. Синяев. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 506 с.
17. Трофимова, Л.А. Методы принятия управленческих решений: учебное пособие / Л.А. Трофимова, В.В. Трофимов. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2012. – 101 с.
18. Феденева, Е. М. Совершенствование сбытовой деятельности предприятия / Е. М. Феденева // Молодой ученый. — 2019. — № 48 (286). — С. 412-414.
19. Федорова, М.А. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущность и основные направления / М.А. Федорова // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – № 10. - С. 110-114.
20. Харрисон, А. Управление логистикой: разработка стратегий логистических операций / А. Харрисон, Р. Ван Хоук. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2014. – 368 с.
21. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий. Теория и методология / В.В. Царев, А.А. Катарович, В.В. Черныш. – М.: Юнити-Дана, 2014. – 799 с.
22. Чернов, В.Б. Стратегическое управление в условиях конкуренции / В.Б. Чернов, М.Д. Мошников // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2015. – № 41. -С. 133-137.
23. Щетинина, Е.Д. Коммерческая деятельность: учебное пособие / сост.: Е.Д. Щетинина, М.С. Старикова, С.М. Микалут. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2013. – 315 с.
24. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: учеб. пособие / под общ. ред. А.Н. Соломатина. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 295 с.
25. Яркова, Т. М. Совершенствование сбытовой деятельности предприятия / Т. М. Яркова, М. А. Яркова // Молодой ученый. — 2022. — № 4 (399). — С. 141-143.

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/referat/360224>