

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://studservis.ru/kursovaya-rabota/388038>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Коммерция

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОПТОВЫХ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ 5

2. СОСТОЯНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ РАБОТЫ ОПТОВОЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ «ЕВРОАВТО» 12

2.1 Организационно-экономическая характеристика организации 12

2.2 Анализ закупочной работы 15

2.3 Характеристика и анализ товарного ассортимента 22

2.4 Организация продажи товаров покупателям и ее стимулирование 25

3. НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ РАБОТЫ ОПТОВОЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ 29
ЗАКЛЮЧЕНИЕ 33

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 35

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы заключается в том, что коммерческая работа в оптовой торговой организации способствует обеспечению эффективной и сбалансированной политики фирмы. Правильный процесс организации коммерческой деятельности способствует росту товарооборота в стране, полному удовлетворению совокупного спроса населения и получению коммерческой прибыли предприятиями. 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».

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».

Практическая значимость работы состоит в разработке мер по улучшению коммерческой деятельности предприятия.

Новизна работы заключается в применении мер стимулирования коммерческой деятельности, что может быть использовано как опыт для подобных предприятий.

Для раскрытия данной темы были использованы исследования различных авторов в области маркетинга, экономические сайты и ресурсы Интернет.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОПТОВЫХ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Коммерческая деятельность является основной движущей силой оптовой торговой организации, 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 оптовой торговой организации и координирующая всю коммерческую деятельность.

Коммерческая деятельность оптовой торговой организации – 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.

Коммерческая деятельность оптовой торговой организации охватывает гораздо более широкую область и включает в себя торговлю, а также услуги, которые способствуют такой покупке и продаже товаров. Это могут быть страховые, транспортные и рекламные услуги.

Компоненты коммерческой работы:

-Продажа является важным компонентом коммерции. Это относится только к прямой покупке и продаже продуктов.

-Страхование: Защищает груз от кражи, сжигания, любого стихийного бедствия, как оговорено заранее.

-Банковское дело: относится к финансовым операциям.

-Складирование: основное внимание уделяется вопросам, связанным с хранением багажа, таким как его хранение в безопасном месте.

-Транспортировка: это влечет за собой перемещение пассажиров и багажа до их фактической точки прибытия.

Коммерческая работа оптовой торговой организации чаще всего является завершающим этапом бизнес-цикла коммерческих предприятий, от которых зависит их прибыльность.

Экономическая эффективность коммерческой деятельности - это когда все услуги распределяются по наиболее ценным видам использования, а расходы устраняются или сводятся к минимуму. Система считается экономически эффективной, если факторы производства используются на уровне, равном или близком к их мощности. Напротив, система считается экономически неэффективной, если имеющиеся факторы не используются в полной мере. Растроченные впустую ресурсы и безвозвратные потери могут привести к экономической неэффективности. У экономистов есть несколько способов измерения экономической эффективности, основанных на распределении ресурсов, затрат или распределении конечных потребительских услуг. Эффективность - это ситуация, когда фирмы стремятся к наилучшему сочетанию ресурсов для снижения своих издержек. Чтобы оценить эффективность распределения, нужно экономические ресурсы распределить таким образом, чтобы обеспечить наивысшее удовлетворение потребителей по сравнению со стоимостью ресурсов. Состояние экономической эффективности, по сути, является теоретическим; предел, к которому можно приблизиться, но которого никогда не достичь. Вместо этого рассматривают величину потерь, между чистой эффективностью и реальностью, чтобы увидеть, насколько эффективно функционирует компания.

Проанализируем основы организации эффективности коммерческой работы оптовой торговой организации. 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 оптовой торговой организации представляет собой процесс обмена товаров на денежный эквивалент, который является основным элементом рыночных отношений в целом. Так, она предполагает процесс перехода услуги от одного лица к другому, имеющий целью реализовать услугу 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 благ до их конкретного потребления. Таким образом, она задевает процесс реализации услуг непосредственно населению страны в целях их последующего личного потребления.

Оптовая торговая организация завершают процессы кругооборота средств, которые были вложены в произведенные товары, а также происходит превращение товарной стоимости в денежную стоимость, создание экономической основы для возобновления производства различных услуг и стартовых возможностей для начала нового цикла производства. Продажа является источником поступления денежных средств, что влияет на формирование основ финансовой стабильности.

Таким образом, коммерческая работа оптовой торговой организации – это хозяйственная деятельность оптовых предприятий по обороту и купле-продаже различных услуг. 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.

Коммерческая работа оптовой торговой организации представляет собой совокупность экономических, организационных и правовых отношений, которые возникают во время закупок или продаж различных услуг для дальнейшего их использования.

Осуществление процесса продажи товара предполагает наличие специального ассортимента и возможностей его оперативного изменения в соответствии с меняющимся спросом населения. Процесс продажи также предполагает практику постоянного маркетингового изучения и учета потребительского спроса покупателей, умения предложить услуги по перевозке.

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, 2020. – 352 с.
4. Басовский, Л.Е., Лунова А.М., Басовский А.Л. Экономика 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, 2021. – 422 с.
10. Голиков Е.А. Оптовая торговля. – М.: Экзамен, 2022. – 382 с.
11. Голубков Е.П. Коммерческая деятельность. — М.: Финпресс, 2020. – 628 с.
12. Громова А.Ю. Оптовая и розничная торговля. – СПб.: Дело и сервис, 2021. – 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, 2019. – 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. Каплина С.К. Технология оптовой и розничной торговли. – СПб.: Герда, 2019. – 402 с.
18. Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика. – М.: проспект, 2018. – 1024 с
19. Крутякова, Т.Л. Коммерческая деятельность М.: АйСи Групп, 2019. — 224 с.
20. Ланкастер, Дж., Джоббер, Д. Продажи и управление продажами. – М.: ЮНИТИ, 2018. – 416 с.
21. Николаева Г.А. Бухгалтерский учет в оптовой торговле. – М.: Альпина бизнес, 2018. – 377 с.
22. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности М.: ЮНИТИ ДАНА, 2021 — 307 с
23. Патров В.В. Оптовая торговля. – СПб.: Дело и сервис, 2019. – 381 с.
24. Снегирева, В. Розничный магазин. Учет процесса реализации товаров. – СПб.: Наука, 2020. -416 с.
25. Соломатин, А.Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия/А.Н. Соломатин. М.: ИНФРА-М, 2019. – 541с.
26. Соснаускене О.И. Бухучет в оптовой и розничной торговле. – М.: Экономика, 2019. – 226 с.
27. Строков, В.А. Коммерческая деятельность товаропроизводителя. – М.: Хорс, 2018. – 329 с.
28. Фадеева Ю.Л. Оптовая и розничная торговля. – М.: Инфра – М, 2018. – 337 с.
29. Хваткин Н.Г. Экономика оптовой торговли. – СПб.: Экономика, 2018. – 394 с.
30. Щур Д.Л. Основы торговли. Оптовая торговля. – СПб.: Дело и сервис, 2018. – 686 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/388038>