

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/kurosovaya-rabota/400282>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Коммерция

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ 5

1.1. Понятие и сущность коммерческой деятельности 5

1.2. Основы организации коммерческой работы 7

1.3. Функции и задачи коммерческой деятельности 10

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ КОММЕРЧЕСКОЙ РАБОТЫ НА ПРИМЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА 13

2.1. Организационно-экономическая характеристика организации 13

2.2. Анализ коммерческой деятельности компании 16

2.3. Направления совершенствования коммерческой работы организации 31

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 35

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 37

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 малого бизнеса 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 малого бизнеса 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» и 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.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

1.1. Понятие и сущность коммерческой деятельности

Коммерческая деятельность является основной движущей силой 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 малого бизнеса 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 малого бизнеса и координирующая всю коммерческую деятельность.

Коммерческая деятельность малого бизнеса – 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 малое предприятие. Как правило, это влияет на благополучие и благополучие граждан и жителей, а также оказывает прямое влияние на имеющиеся у людей деньги.

Коммерческая деятельность малого бизнеса 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 малого бизнеса чаще всего является завершающим этапом бизнес-цикла, от которых зависит его 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.

Таким образом, коммерческая работа малого бизнеса – это хозяйственная деятельность по обороту и купле-продаже различных услуг и 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.

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., Лунева 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/kursovaya-rabota/400282>