

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/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/302670>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Коммерция

ВВЕДЕНИЕ 2

1. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОММЕРЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ 5

1.1 Основные термины и содержание коммерческой деятельности 6

1.2 Факторы, влияющие на коммерческую деятельность 9

2. ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РОЗНИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ 13

2.1 Общая характеристика предприятия «Пятерочка» 13

2.2 Анализ прямых факторов воздействия 22

2.3 Анализ косвенных факторов воздействия 24

3. ОСНОВНЫЕ ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ «ПЯТЕРОЧКА» 29

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 35

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 37

ВВЕДЕНИЕ

Для преодоления экономического кризиса эффективное функционирование рыночной экономики во многом обусловлено уровнем осуществления бизнес-операций, как формы взаимодействия между отдельными отраслями, предпринимателями, предприятиями и хозяйствующими субъектами. Экономически обоснованные торговые вопросы являются основой функционирования рыночной экономики.

В современных условиях различные промышленные предприятия и торгово-брокерские организации сталкиваются со сложными проблемами в процессе осуществления предпринимательской деятельности - от установления деловых контактов с контрагентами и организации доступа к материальным ресурсам до сбыта продукции.

В новых экономических условиях рабочая группа сталкивается с необходимостью самостоятельно решать множество сложных задач ведения предпринимательской деятельности: от организации вопросов материального обеспечения, оптимизации производственного процесса до успешной продажи продукции в условиях высокой конкуренции на иностранные товары и услуги.

Успешно работать и функционировать будет предприятие на товарном рынке, отвечающее следующим принципам и условиям:

1. Поддержка бизнес-политики с помощью целевых инвестиций, льготных кредитов и ставок погашения;

2. Производство качественных и необходимых товаров;

3. Рациональное распределение стоимости продажи товара по цене, гарантирующей платежеспособность и прибыль покупателя;

4. Рост конкуренции, направленной на развитие процесса рыночной экономики.

Актуальность данной темы обусловлена высокой степенью зависимости конечных финансовых результатов деятельности фирмы от эффективности осуществления ею коммерческой деятельности. Положительно то, что все большее число организаций нашей страны, как торговых, так и сфере производства, понимает, что для достижения успеха необходимо уделять осуществлению коммерческой деятельности значительное внимание.

Понятие коммерческой деятельности очень широкое и включает в себя множество направлений: ведение договорной работы, деятельность в области закупок, формирования ассортимента, управления товарными запасами, сбытовая и рекламно-информационная деятельность и т.д. Эффективное осуществление деятельности в каждом из этих направлений способствует достижению высоких финансовых результатов. Важность и актуальность этих задач привели к выбору темы исследования. Основной проблематикой в данном вопросе является обоснование рекомендаций по улучшению деловой активности компании с поставщиками сырья и покупателями готовой продукции.

Объект исследования: ООО «Пятерочка».

Предмет исследования: организация коммерческой деятельности предприятия и пути ее совершенствования.

Цель исследования: проанализировать способы и особенности организации коммерческой деятельности предприятия «Пятерочка», а также разработать пути ее совершенствования.

Цель предопределяет задачи исследования, которые предстоит решить:

1. Рассмотреть основные термины и содержание коммерческой деятельности;
2. Изучить факторы, влияющие на коммерческую деятельность;
3. Дать общую характеристику предприятия «Пятерочка»;
4. Провести анализ прямых факторов воздействия;
5. Анализ косвенных факторов воздействия;
6. Разработать рекомендации совершенствования коммерческой деятельности предприятия «Пятерочка».

Методы исследования: сравнительный метод, метод наблюдения, метод оценки, метод анализа, дедукция. Структура. Курсовая работа включает введение, три главы, заключение и список литературы. Во введении раскрыты актуальность, цель, задачи, предмет, объект, теоретическая и методологическая база исследования.

Первая глава теоретического характера и в ней исследованы теоретические аспекты факторов, влияющих на коммерческую деятельность предприятия.

Вторая глава носит аналитический характер и в ней проведен анализ коммерческой деятельности предприятия «Пятерочка».

Третья глава рекомендательного характера и в ней разработаны рекомендации совершенствования коммерческой деятельности предприятия «Пятерочка».

В заключении обобщены основные выводы и предложения.

1. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОММЕРЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Основные термины и содержание коммерческой деятельности

Торговля является важной сферой коммерческой деятельности и приложения рабочей силы, которая начала активно развиваться с 2000 года. Что касается деловых операций, то многие предприниматели перешли на более высокий уровень предпринимательской деятельности. Торговлей начали заниматься промышленные предприятия, а их продукция централизованно распространялась государственными учреждениями вплоть до конца 1980-х годов. В настоящее время торговым бизнесом занимаются многие закупочные, оптовые, брокерские и торговые компании, предприятия и другие организации.

К настоящему времени многие компании ежедневно сталкиваются с проблемами, которые в некоторых случаях решаются интуитивно, методом проб и ошибок. Грамотная деловая деятельность требует от них понимания законов рынка и выявления причинно-следственных связей в бизнес-процессах. Эффективное решение этих проблем во многом зависит от профессионального уровня и квалификации работников торговых служб и предприятий. Коммерческая деятельность требует теоретических и практических знаний в различных областях: экономике, финансах, коммерческом праве, администрировании [5, с. 162-187].

Торговые отношения неотъемлемы от торговых и валютных отношений. Торгово-валютные отношения - это общественные отношения между товаропроизводителями и потребителями в процессе производства и реализации товаров. Коммерческая деятельность включает в себя бизнес-процессы, связанные с продажей и покупкой товаров, а также являются частью торговых и валютных отношений.

Термин «коммерция» происходит от латинского «commercial», что означает термин «торговля». Сам термин «торговля» в одном случае относится к самостоятельной отрасли национальной экономики, а в другом - к бизнес-процессам, направленным на покупку и продажу товаров. В данном случае коммерческая деятельность связана со вторым понятием торговли - бизнес-процессом покупки и продажи с целью получения прибыли.

Понятие «деловая активность» как объект исследования было сформулировано Гарвардской школой деловой активности в 1958 году. Это классическое определение гласит: «коммерческая деятельность существует для того, чтобы с выгодой удовлетворять потребности потребителей» [12, с. 142-164].

Основная цель торговли - получение прибыли. Однако прибыль, полученная в результате предпринимательской деятельности, может быть использована для развития и расширения предпринимательства, чтобы удовлетворить потребности общества.

В условиях перехода на рыночные принципы логистическое содержание предприятий претерпело множество изменений: вместо так называемого «исполнения выделенных средств», являющихся частью централизованного распределения материальных ресурсов, до предприятия от поставщиков и товарных

рынков. В этих случаях предприятия должны учитывать свободу ценообразования, максимальную инициативность и предприимчивость, равные права партнеров в деловых отношениях, экономическую ответственность при закупках сырья и материалов, конкуренцию между поставщиками. При закупке материальных ресурсов компания должна изучить рынок сырья и материалов, выяснить динамику цен на этом рынке, стоимость доставки и возможность эффективной замены определенных материалов другими материалами. Таким образом, закупочная бизнес-деятельность предприятия включает в себя следующие этапы:

1. Исследование рынка сырья и деловые отношения с поставщиками;
2. Оформление плана получения материальных ресурсов;
3. Организацию доступа к материальным ресурсам;
4. Расчёт закупленных продуктов с поставщиком;
5. Анализ затрат в области инкассации.
6. Работа по коммерческим продажам является наиболее важным аспектом деловой деятельности компании [3, с. 44-67].

Маркетинг - это процесс продажи произведенной продукции, целью которого является превращение товаров в деньги и удовлетворение потребностей потребителей. Только продавая товары и получая прибыль, бизнес может достичь своей конечной цели - затраченный капитал будет принимать форму валюты, в которой он сможет начать свой цикл производства.

Сбытовая деятельность предприятий многогранна: она начинается с планирования ассортимента продукции и маркетинга. Одним из компонентов является установление деловых отношений с покупателями и конечными потребителями и, наконец, подписание договоров купли-продажи. Не менее важной частью коммерческой деятельности по продажам является операционная и сбытовая работа, которая включает в себя:

1. Составление плана-графика отгрузки готовой продукции покупателю;
2. Получение готового изделия от изготовителя и подготовка его к отправке покупателю;
3. Организация отгрузки продукции покупателю и регистрация документов, связанных с отгрузкой;
4. Контроль выполнения заказа покупателя и платежеспособность клиента.

Исследование рынка должно проводиться до начала маркетинга продукции, производимой предприятием, что включает в себя исследование рынка, потребителей и конкурентов, сегментацию и выбор целевого рынка, разработку продукта и коммуникационную политику. Направление деятельности отдела продаж на маркетинговые концепции привело к серьезным изменениям в организации продаж.

Любая деятельность является разумной, если она помогает достичь установленных целей предприятия. Без четких целей невозможно наладить бизнес-деятельность, разработать стратегии и оценить их эффективность. Задачей коммерческой деятельности является достижение целей коммерческих предприятий, поэтому очень важно правильно определить концепции их функционирования и развития [10, с. 23-64].

Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.12.2020).
3. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ (последняя редакция).
4. Федеральный закон от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 05.12.2022) «О защите прав потребителей».

Библиографический список

5. Беленов, О. Н. Коммерческая деятельность организации / О.Н. Беленов. - М.: КноРус, 2020. - 144 с.
6. Березин, А. Инновационно-инструментальный механизм повышения конкурентоспособности / А. Березин. - М.: LAP, 2021. - 156 с.
7. Бондаренко, С. И. Коммерческая деятельность продукции розничного рынка России / С.И. Бондаренко. - М.: Научная книга, 2019. - 104 с.
8. Волкова, Н. Конкурентоспособность предпринимательских структур / Н. Волкова. - М.: LAP 2020. - 176 с.
9. Головачев, А. С. Конкурентоспособность сети магазинов / А.С. Головачев. - М.: Вышэйшая школа, 2020. - 907 с.
10. Данилов, И. П. Коммерциализация организаций России. Теоретические основы и методология / И.П. Данилов. - М.: Канон+РООИ, 2021. - 368 с.
11. Квасникова, В. В. Коммерческая структура товаров и организаций / В.В. Квасникова. - М.: Инфра-М, Новое

знание, 2020. - 192 с.

12. Кони́на, Н.Ю. Конку́рентоспособность фирмы / Н.Ю. Кони́на. - М.: Проспект, 2019. - 419 с.

13. Крупорни́цкая, И. А. Коммерческая деятельность розничной организации в условиях глобализации / И.А. Крупорни́цкая. - М.: Наука, 2020. - 348 с.

14. Лифи́ц, И. М. Конку́рентоспособность товаров и услуг / И.М. Лифи́ц. - М.: Высшее образование, Юрайт, 2021. - 464 с.

15. Осадчу́к, Е. В. Конку́рентоспособность в Интернете. Как сделать свой проект успешным / Е.В. Осадчу́к. - М.: Бинóm. Лаборатория знаний, 2020. - 152 с.

16. Парамо́нова, Т. Коммерческая структура предприятия розничной торговли / Т. Парамо́нова. - М.: КноРус, 2020. - 664 с.

17. Подосинни́ков, С. Конку́рентоспособность организации и ее роль / С. Подосинни́ков. - М.: LAP, 2021. - 308 с.

18. Попова, А. Конку́рентоспособность инновационной продукции / А. Попова. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2017. - 128 с.

19. Фатхутди́нов, Р. А. Конку́рентоспособность среди организаций / Р.А. Фатхутди́нов. - М.: Стандарты и качество, 2019. - 464 с.

Электронные источники

20. Магазин «Пятерочка». Электронный ресурс: <https://5ka.ru/>

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/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/302670>