СОДЕРЖАНИЕ

Введение…………………………………………………………………………. 3

1. Теоретические аспекты организации коммерческой деятельности предприятия общественного питания……...…………………………….….5
	1. Понятие коммерческой деятельности общественного питания………………….………………..……………………………...……5
	2. Сущность и механизм коммерческой деятельности в общественном питании…………………………………………………………….….….…..11
	3. Сущность общественного питания, типы предприятий и особенности их коммерческой деятельности………………………………………………....17
	4. Методы исследования организации эффективности коммерческой деятельности в общественном питании………………………………..…...25
2. Анализ организации коммерческой деятельности кофейни «Гоголь….....33
	1. Организационно-экономическая характеристика предприятия……….....33
	2. Исследование коммерческой деятельности предприятия……..……….....39
	3. Исследование системы управления сбытом………………………...……..47
3. Рекомендации по совершенствованию коммерческой деятельности кофейни «Гоголь»…………………………………………………………….55

Заключение...………………………………………………………………...…..64

Список использованных источников……………………………………..…....66

Приложение А……………………………………………………………………71

Приложение Б……………………………………………………………………72

Приложение В……………………………………………………………………73

Приложение Г……………………………………………………………………74

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выбранной темы исследования обусловлена тем, что комплексное совершенствование коммерческой деятельности – одно из важнейших условий долгосрочного и успешного функционирования предприятия на рынке сбыта. При этом с помощью соответствующих мероприятий в рамках организации маркетинговых коммуникаций можно получить необходимую информацию о том, какие товары или услуги и почему хотят получить потребители, сколько они готовы заплатить за них, какие именно каналы коммуникации с целевой аудиторией будут наиболее эффективны в каждом конкретном случае.

Современные рыночные отношения предоставляют достаточные возможности для эффективного управления коммерческой деятельностью и маркетингом, и в настоящее время в России много говорится о необходимости повышения эффективности такого управления, однако, несмотря на достаточное количество информации данного рода, многие предприятия все же не в состоянии решить возникающие в обозначенных сферах проблемы. Одной из главных причин сложившейся ситуации, наряду с нехваткой различного вида ресурсов, достаточно низкой платежеспособностью бизнеса (особенно малого и среднего) и других, является неспособность руководителей правильно спроектировать саму систему и структуру управления. Между тем, решая важнейшие маркетинговые задачи, можно своевременно предотвратить возникновение практически любой неблагоприятной ситуации, смягчить ее негативное влияние на различные стороны жизнедеятельности предприятия, с максимальной выгодой использовать открывающиеся перед ним коммерческие возможности. Подобный подход обеспечивает стратегическую выживаемость бизнеса, повышает его гибкость и неуязвимость даже в условиях растущей конкуренции.

Целью настоящего исследования является разработка рекомендаций по совершенствованию коммерческой деятельности на основании комплексного исследования организации коммерческой деятельности.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

* рассмотреть теоретико-методологические основы организации коммерческой деятельности;
* проанализировать результаты хозяйственной деятельности и организации коммерческой деятельности;
* разработать рекомендации по совершенствованию коммерческой деятельности.

Объект исследования – кофейня «Гоголь».

 Предмет исследования – коммерческая деятельность современного предприятия.

Теоретическую базу исследования составляют работы И.Л. Акулич, И.С. Березина, И.В. Гончаровой и Ю.А. Макаренко, Ф. Котлера, Ж.Ж. Ламбена и др.

В качестве методов исследования использовались системный и логический подходы, описание, сравнение, анализ, синтез, опрос в форме анкетирования.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.