

СОДЕРЖАНИЕ И ПРИНЦИПЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

В статье рассматриваются понятие, принципы, цели, направления и виды коммерческой деятельности.

Ключевые слова: коммерческая деятельность, прибыль, рыночные отношения.

История России имеет длительный период развития. Наша страна развивалась и по рыночным законам, и в основе экономики имела командно-распределительную систему. Но в последнее время становится ясным, что именно рыночный механизм лучше всего учитывает запросы покупателей.

Дело в том, что только продажа приносит деньги. Все остальное – стоит денег. Все, чем мы пользуемся в этой жизни, все было куплено: квартиры, дачи, машины, одежда, еда, мебель. Все это было несколько раз кем-то перепродано. Это множество отраслей, предприятий, которые что-то друг другу продавали. И поэтому первое правило коммерции – найти потребность и удовлетворить ее. Хороший коммерсант – это человек, который думает о потребностях клиентов, а не о своей прибыли.

Поэтому понятие коммерческо-посреднической деятельности можно определить, как сложную систему, которая направлена на совершение процесса купли–продажи в целях качественного, полного и своевременного удовлетворения потребностей клиентов и получения прибыли. При этом нужно отметить, что взаимодействие всех участников сделки должно осуществляться с учетом взаимной выгоды. Именно развитие коммерческой деятельности является основным фактором развития производства и влияет на их объемы, качество и перспективные направления. Она определяет экономическое положение производственной компании, ее коммерческий успех при различных ситуациях на рынке.

Успешно осуществить коммерческую деятельность можно только в том случае, если субъекты имеют абсолютную экономическую свободу, достаточный собственный капитал, умение управлять финансами, зарабатывать максимальной прибыли и ее капитализации.

В основе коммерческой деятельности лежат следующие принципы:

- полный учет интересов и действий всех субъектов коммерческой сделки;
- гибкость коммерции в различных рыночных условиях;
- определение коммерческих приоритетов;
- использование маркетинга в принятии решений;
- просчитывание коммерческих рисков и предвидение их последствий;

* Константинова Лия Файтуловна – доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: konstantinovalf@yandex.ru.

*** По материалам научно-практической конференции 2015 года «Совершенствование экономической, инновационной и управленческой деятельности экономических систем».

- ответственность за возложенные на себя обязательства.

Главная цель коммерческой деятельности – прибыль, которая может быть получена исключительно при качественном и полном удовлетворении потребностей клиентов.

Главной фигурой коммерческого бизнеса является посредник, который должен владеть основами этики и делового поведения, отличными знаниями, специальными навыками и компетентностью в области коммерческой деятельности. Он должен быть контактным, инициативным, знать вкусы и предпочтения своих клиентов, уметь планировать свои действия, выбирать надежных партнеров.

Существуют определенные направления коммерческо-посреднической деятельности:

- организация и планирование объемов закупки;
- перепродажа приобретенного с учетом прибыли;
- поиск и выбор партнера среди покупателей и поставщиков для сделки;
- организация процесса торговли;
- определение оптимальных цен, соответствующих конкурентоспособности и качеству товара;
- предвидение рыночных изменений;
- подготовка рыночной информации и обеспечение сервиса при конечном потреблении товаров.

Существуют два вида коммерческо-посреднических операций:

а) производственные – это процессы, которые связаны с непосредственным движением грузов, разгрузкой, транспортировкой, упаковкой, фасовкой и хранением грузов;

б) коммерческие – это процессы, которые связаны со сменой форм стоимости, то есть с процессом купли–продажи товаров.

В настоящее время очень важными являются такие процессы, как выполнение дополнительных эксплуатационных и торговых услуг, которые преобладают при учете интересов потребителей в процессе купли–продажи. Именно эти услуги становятся определяющими в достижении коммерческого успеха.

Юридическое или физическое лицо, находящееся между другими контрагентами коммерческого процесса и выполняющие функции состыковки их друг с другом для обмена информацией, услугами и товарами называется посредником. А контрагентами могут быть производители товаров, оптовые и розничные потребители.

Основной класс посредников – это крупнооптовые предприниматели, дилеры, дистрибьютеры, агенты, которые на коммерческой основе занимаются посреднической деятельностью. Однако, посредническая деятельность не всегда осуществляется на коммерческой основе, и посредник не всегда бывает коммерсантом. Хотя и не всякий коммерсант является посредником. Многие предприятия производят продукцию и реализуют ее самостоятельно от своего имени покупателю. Поэтому коммерческая деятельность – более широкое понятие, которое включает в себя не только процесс торговли как таковой, но и коммерческое приобретение и коммерческую реализацию товаров и услуг.

Посредническая деятельность в России не зарождается, а возрождается, так как до революции сутью товарно-денежных отношений являлась торговля, в которой были задействованы торговцы и купцы как связующее звено между потребителями и изготовителями.

Коммерческая деятельность будучи одним из видов экономической, хозяйственной деятельности требует определенных ресурсов – природных, трудовых, финансовых. Поэтому для осуществления коммерческой деятельности необходимы определенные условия и факторы. К ним в первую очередь относятся основные средства. Это здания, сооружения, помещения, оборудование для хранения и переработки грузов, различные виды транспорта для доставки товаров и оказания услуг, земельные участки. То есть без офисов, компьютерной техники, средств связи невозможно осуществлять посредническую деятельность. Другим фактором коммерческой деятельности является наличие стартового капитала, который необходим для приобретения основных и оборотных средств. Посреднический бизнес в настоящее время невозможен без научно-информационных ресурсов. При проведении коммерческой деятельности следует также учитывать фактор времени, поскольку длительность посреднической операции оказывает решающее значение при определении ее результативности и эффективности.

Из всего вышесказанного следует, что посредничество является частью финансового, торгового, производственного предпринимательства и может иметь различные формы: производственные, торговые и финансово-кредитные. Особенность проявляется в том, что что посредник не производит продукцию, не торгует напрямую, не дает деньги в кредит, но активно способствует осуществлению этих процессов.

Посредническую деятельность можно описать следующим образом.

Посредник, который вступает в контакт с производителями, обладателями услуг и товаров, которые требуются покупателям, получает у них информацию о наличии этих товаров и услуг, а также об условиях продажи.

Получив информацию от продавца, посредник информирует определенных покупателей о требованиях и пожеланиях покупателей продавцу. Таким образом, покупатель и продавец имеют четкое представление о предстоящей торговой сделке. И если сделка состоится, то посредник получает вознаграждение или от продавца, или от покупателя.

Когда оказываются информационно-коммерческие услуги, то посредническая фирма в соответствии с определенными заказами обеспечивает предприятия и организации коммерческой информацией, которая содержит сведения необходимые для организации закупок и сбыта продукции. Такими сведениями могут быть информация о потенциальных производителях товаров, их производственных мощностях, цене товаров, способах доставки грузов. Востребованной является маркетинговая информация, которая включает анализы и прогнозы конъюнктуры рынка определенного товара, цены, требуемые объемы товаров, их ассортимент, уровень конкуренции и многие другие показатели состояния рынка.

Посреднические организации для оказания коммерческих услуг должны создавать банки данных, иметь современные средства связи и компьютеризации.

В коммерческой деятельности большую долю занимают комиссионные услуги на основе оформления комиссионного соглашения. В этом случае владелец товара (комитент) поручает торговому посреднику (комиссионеру) продать, обменять или закупить товар. В соглашениях должны быть оговорены условия продажи, цена товара, способы транспортировки, величина комиссионного вознаграждения (бонуса), обязанности и ответственность сторон, их реквизиты. Когда оказываются комиссионные услуги, то посредник не является собственником товара, а действует от своего имени по поручению заказчика в рамках заключенного соглашения.

Большая доля посреднической деятельности приходится на оказание научно-консультативных услуг клиентам, которые нуждаются в консультациях. Эта посредническая деятельность в мировой практике называется консалтинговыми услугами.

Важным направлением в работе посреднических организаций является оказание клиентам рекламных услуг через печатные издания, средства вещания, внутреннюю и наружную рекламу. В деятельность посреднической организации входит работа по обоснованию и определению размера бюджета на рекламу, разработке рекламной программы, рекламных листов, каталогов, видеороликов.

Посреднические фирмы оказывают также инжиниринговые услуги, под которыми подразумеваются оказание предприятиями-заказчиками услуг при строительстве промышленных и соцбытовых объектов, включая рекомендации по выбору оптимального варианта строительства, разработке строительного проекта, поставке оборудования, машин, механизмов, пуску объекта, его эксплуатации, нахождению и внедрению для этого эффективных технологических решений.

Большое значение в современном посредническом бизнесе занимают лизинговые услуги. Под ними подразумеваются предоставление в аренду оборудования и технических средств, зданий и сооружений на долговременной основе. Преимуществом лизинга является то, что эти услуги позволяют потребителям пользоваться имуществом без единовременного крупного вложения собственных средств для их приобретения, что особенно важно для мелких и средних предприятий, а также они могут избежать потерь, связанных с моральным старением имущества. Воспользовавшись лизингом, покупатель сможет уменьшить сумму части облагаемой налогом прибыли на долю арендных платежей, которые рассматриваются как текущие расходы. Наряду с этим лизинговые услуги позволяют изготовителям продукции значительно расширить рынки сбыта, что особенно важно в условиях острой конкурентной борьбы.

Удовлетворяя потребности многочисленных клиентов по продвижению продукции и оказанию сопутствующих услуг в процессе приобретения и использования товаров, коммерческие посредники создают и развивают многочисленную сеть торговых, транспортных, страховых, финансово-кредитных, рекламных и консалтинговых фирм и представительств.

В результате полезность деятельности посредника оценивается полученной экономией у заказчиков за счет использования ими посреднических услуг по

транспортировке, хранению, сбыту продукции, а также сервисному обслуживанию. Эти сэкономленные средства определяют целесообразность использования и привлечения посредника.

Безусловно, что эффективность деятельности посредника может быть обозначена лишь в случае, когда его доходы от закупки у поставщика продукции и последующей ее продажи будут выше его собственных затрат.

Только решая три основные задачи, коммерческая деятельность будет прибыльна и доходна.

Создание постоянно действующих систем сбора и распространения коммерческой информации.

Создание материально-технической базы, позволяющей сформировать основные элементы рыночной инфраструктуры.

Систематическое осуществление качественной подготовки и переподготовки собственных кадров.