

УДК 331.56

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, ФУНКЦИИ

Анастасия Анатольевна Овсянникова

магистрант

Stuschab999aa@yandex.ru

Артем Павлович Краснов

магистрант

trs68@inbox.ru

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Российская Федерация

Аннотация. Основное отличие рыночной экономики от административно – хозяйственного ведения производства – это высокая значимость грамотной организации коммерческой деятельности сельскохозяйственными организациями, вследствие получения им самостоятельности как одного из субъектов рынка. В сегодняшних условиях недостаточно произвести конкурентоспособную продукцию, необходимо найти выгодного покупателя с учётом значительных объёмов её производства и возможных сроков хранения для последующего использования или переработки. Коммерческая деятельность затрагивает большое количество различных субъектов, участвующих в процессе получения прибыли, но основными являются, с одной стороны, сельскохозяйственные товаропроизводители, а, с другой покупатели. Основной задачей производителя найти своего постоянного покупателя продукции и осуществлять с ним заключение договоров контрактации на поставки этой продукции.

Ключевые слова: сельскохозяйственные товаропроизводители, коммерческая деятельность, прибыль, конкурентоспособная продукция, микро, -макро среда

Термин «коммерция» происходит от латинского *commercium*, что означает - торговля. Торговля - это не что иное, как приобретение и продажа товаров, в узком смысле - ряд покупок и продаж [17].

Коммерческая деятельность – это, согласно законодательству Российской Федерации, деятельность, самой главной целью которой, является извлечение прибыли [1].

Она предусматривает обязательную реализацию эффекта, полученного в производстве – в сельском хозяйстве произведённая сельскохозяйственная продукция, т. е. осуществление сделок её купли-продажи по различным каналам сбыта. Однако, на сегодняшний день в условиях экономической самостоятельности производителей - субъектов рынка им самим приходится осуществлять поиск возможных покупателей продукции с учётом значительных объёмов её производства.

Для эффективного осуществления коммерческой деятельности товаропроизводителям необходимо:

Во-первых, осуществлять всестороннее исследование рынка с целью определения видов и объёмов продаж продукции с учётом величины сформированного потребительского спроса, как крупных оптовых покупателей, так и мелких.

Во-вторых, производство конкурентоспособной продукции с учётом выявленного потребительского спроса. Необходимо отметить, что практически все сельскохозяйственные организации Тамбовской области осуществляют сертификацию зерновой продукции с получением продукцией сертификата качества, позволяющего её реализовывать по более высоким ценам.

В-третьих, минимизация внепроизводственных расходов, связанных с реализацией продукции.

В-четвёртых, пересмотр руководителями сельскохозяйственными организациями своего отношения к коммерческой деятельности, и, прежде всего, сбыту продукции. Необходимо разрабатывать сбытовую стратегию организации с учётом выявления наиболее рентабельных каналов сбыта продукции и

мероприятий стимулирования сбыта по ним. Нельзя также постоянно стремиться к смене покупателей, т. к. постоянство в отношении сбытовой деятельности необходимо с точки зрения значительных объёмов реализации продукции и ограниченной возможности её нормального хранения с учётом ёмкости складских помещений.

В-пятых, своевременное заключение договоров - контрактации продукции с фиксированным объёмом продаж, сроков и цен на продукцию.

В-шестых, определение количества каналов реализации продукции с учётом степени рассредоточения риска товаропроизводителя.

Рыночная экономика предполагает грамотную организацию сельскохозяйственным товаропроизводителем, во-первых, микросреды (внутренней) среды, включающей наличие необходимого количества денежных, трудовых и материальных ресурсов и, конечно, информации. Данная среда является полностью контролируемой для него средой, так как он самостоятельно осуществляет приобретение необходимых ресурсов для её формирования, что определяет в конечном счёте уровень суммарных производственных затрат на производство продукции.

Во-вторых, также формирование макросреды (внешней) среды, в которой он вступает в экономические отношения одновременно, как покупатель ресурсов и как продавец произведённой продукции, используя различные сегменты рынка.

Макросреда не контролируется товаропроизводителем, а только используется им для формирования микросреды. Коммерческая деятельность затрагивает обе среды, позволяя закупать по более низким ценам ресурсы и организовывать производственную деятельность (микросреда) и находить более рентабельных покупателей сельскохозяйственной продукции (макросреда)

Функции коммерческой деятельности являются взаимосвязанными и проявляются в своём единстве в сельскохозяйственной организации в различные периоды её осуществления (рис. 1).



Рисунок 1 – Функции коммерческой деятельности

Задачи коммерческой деятельности полностью определяются механизмом взаимодействия двух вышеназванных сред и представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Задачи коммерческой деятельности

Следовательно, эффективная организация коммерческой деятельности сельскохозяйственными товаропроизводителями, направлена, с одной стороны, на минимизацию издержек по приобретению производственных ресурсов и снижению внепроизводственных затрат и, с другой стороны, реализацию продукции по более высоким ценам, что обеспечивает не только получение ими прибыли, но и обеспечит её максимизацию во времени.

Список литературы:

1. Акиндинов В. В., Лосева А. С., Килина С. И., Никонорова Е. А. Анализ производства продукции растениеводства сельского хозяйства РФ // Наука и Образование. 2022. Т. 5, № 2. EDN OQRHHY.
2. Дубовицкий А. А., Евдокимова Е. А., Климентова Э. А. Оптимизация товародвижения на продовольственном рынке // Ученые записки Тамбовского отделения РoСМУ. 2018. № 11. С. 53-57. EDN YPFTKP.
3. Дубовицкий А. А., Климентова Э. А., Рогов М. А. Дифференциация регионального инновационного развития в России // Региональная экономика: теория и практика. 2022. Т. 20. № 8(503). С. 1567-1585. DOI 10.24891/re.20.8.1567. EDN CPDVCR.
4. Дубовицкий А. А., Климентова Э. А. Ключевые ориентиры экономического развития малого агробизнеса // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2019. № 12. С. 89-94. DOI 10.31442/0235-2494-2019-0-12-89-94. EDN VQQXWQ.
5. Дубовицкий А. А., Климентова Э. А. Эколого-экономический механизм рационального землепользования в агрохозяйстве региона. Мичуринск: Из-во "БИС", 2021. – 163 с. EDN TZFJCD.
6. Климентова Э. А., Корякина А. О. Особенности экономической оценки земли // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. 2016. № 1. С. 136-141. EDN WKNWED.

7. Кооперация и агропромышленная интеграция / И. А. Минаков, Э. А. Климентова, А. А. Дубовицкий, Н. П. Касторнов. – Мичуринск: Мичуринский ГАУ, 2022. – 107 с. EDN CNMQJH.
8. Экономика агропродовольственного рынка / И. А. Минаков, А. Н. Квочкин, Л. А. Сабетова [и др.]. Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 232 с. EDN XNDSXP.
9. Экономика сельскохозяйственного предприятия / И. А. Минаков, Л. А. Сабетова, Н. П. Касторнов [и др.]. – 2-е издание, переработанное и дополненное. Москва: ООО «НИЦ ИНФРА-М», 2018. – 363 с. EDN MYTHQT.
10. Assessment of Export Prospects of Russian Agricultural Producers / A. A. Dubovitski, E. A. Yakovleva, O. Y. Smyslova [et al.] // Environmental Footprints and Eco-Design of Products and Processes. 2022. No б/н. P. 167-180. DOI 10.1007/978-981-16-8731-0_17. EDN LHMHKO.
11. Dubovitski A. A., Klimentova E. A., Rogov M. A. Regional features of innovative development and differentiation of directions of innovation policy of Russia // Journal of Process Management and New Technologies. 2021. Vol. 9. No 3-4. P. 121-132. DOI 10.5937/jpmnt9-35068. EDN JAHJWL.
12. Factors of spatial location of agriculture: data from Russia / E. A. Klimentova, A. A. Dubovitskiy, V. A. Babushkin [et al.] // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (LEASECON 2021). Omsk: European Publisher, 2022. P. 376-384. EDN GKXNBM.
13. Nikitin A. V., Klimentova E. A., Dubovitski A. A. Impact of small business innovation activity on regional economic growth in Russia // Revista Inclusiones. 2020. Vol. 7. No S4-3. P. 309-321. EDN EOVOVD.
14. Prospects for regional potato producers in the context of agricultural markets globalization / E. A. Klimentova, A. A. Dubovitskiy, A. V. Beketov [et al.] // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. Omsk: European Publisher, 2022. P. 369-375. EDN LFIGEQ.

UDC 331.56

COMMERCIAL ACTIVITY: CONCEPT, ESSENCE, FUNCTIONS

Anastasia A. Ovsyannikova

Master's student

Stuschab999aa@yandex.ru

Artem P. Krasnov

Master's student

trs68@inbox.ru

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russian Federation

Abstract. The main difference between the market economy and the administrative and economic management of production is the high importance of the competent organization of commercial activities by agricultural organizations, due to their independence as one of the subjects of the market. In today's conditions, it is not enough to produce competitive products, it is necessary to find a profitable buyer, taking into account the significant volumes of its production and possible shelf life for subsequent use or processing. Commercial activity affects a large number of different entities involved in the process of making a profit, but the main ones are, on the one hand, agricultural producers, and, on the other, buyers. The main task of the manufacturer is to find its regular buyer of products and conclude contracts with him for the supply of these products.

Keywords: agricultural producers, commercial activity, profit, competitive products, micro -macro environment

Статья поступила в редакцию 05.11.2022; одобрена после рецензирования 02.12.2022; принята к публикации 20.12.2022.

The article was submitted 05.11.2022; approved after reviewing 02.12.2022; accepted for publication 20.12.2022.