

УДК 338.314

**КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ,
ЗАДАЧИ И ФУНКЦИИ**

Азжеурова Мария Викторовна

к.э.н., доцент кафедры экономики и коммерции

Качанова Наталия Сергеевна

студент института экономики и управления

e-mail: azzheurovam@mail.ru

Мичуринский государственный аграрный университет

Мичуринск, Россия

Аннотация: в статье изложены основные результаты анализа трактовки термина «коммерческая деятельность», рассмотрены основные задачи и функции коммерческой деятельности.

Ключевые слова: коммерческая деятельность, рынок, товар, конкуренция, предприниматель.

Ряд авторов связывает коммерческую деятельность исключительно со сферой торговли, другие же говорят об осуществлении коммерческой деятельности во всех коммерческих организациях, которые относятся к таковым в соответствии с законодательством России независимо от направления их деятельности.

Организация коммерческой деятельности в современных условиях основана на принципе полного равенства коммерческих партнеров в поставках товаров, экономической независимости поставщиков и покупателей, строгой материальной и финансовой ответственности сторон за выполнение принятых обязательств.

В то же время авторы выделяют коммерческую деятельность в торговле и характеризуют ее следующим образом: коммерческая работа — это широкая сфера оперативной и организационной деятельности деловых организаций и предприятий, направленных на покупку и продажу товаров для продажи, удовлетворения спроса населения и получения прибыли. Этот точный подход предопределяет направление функций коммерческой деятельности, связанной с приобретением, продвижением поставщиков товаров к потребителю и их продажи покупателю, являющимся последним звеном в цепочке [3, 6, 7, 10, 11].

Однако ещё шире это толкование сущности предпринимательской деятельности было дано профессором И.Ю. Коротких. Термин «коммерческая деятельность» широко толковался и означает не только прямую продажу товаров, но и другие типы получения прибыли, а также предпринимательской деятельности.

При рассмотрении коммерческой деятельности уместно приписывать часть, связанную с рынком, а именно торговую и денежную биржу в конкурентных рыночных условиях и реальной прибыли. Коммерческая деятельность требует адекватного ответа на изменения в рыночной ситуации, что способствует устойчивой позиции коммерческой организации на рынке. Также одним из наиболее важных моментов есть и будет ориентация на потребителя.

Каким бы не было по форме собственности коммерческое предприятие, оно всегда служит во благо общества. Поэтому все внимание и средства бизнеса обязательно должны быть предрасположены на реализацию пожеланий и требований покупателей [1, 2, 4]. Таким образом, коммерческая деятельность является неотъемлемым условием потребительского рынка, сферы коммерческого предпринимательства, где деньги обмениваются на товары и имущество за деньги. Его следует понимать, как процессы, связанные с покупкой и продажей товаров, удовлетворение потребительского спроса, развитие целевых рынков товаров, минимизацию затрат на распределение и прибыль [8, 9, 12].

Коммерческая деятельность является способом реализации коммерческих отношений между субъектами рынка, которые доминируют в современных условиях рыночно ориентированной экономики. Они оказывают стимулирующее воздействие на производство, развитие потребностей, активацию товарно-денежного обмена. Исходя из этого, коммерческая деятельность является неотъемлемой частью рыночной экономики.

Коммерческая деятельность является одной из самых важных функций сельскохозяйственного предприятия, которая оказывает существенное влияние на конечные результаты работы, а также рассматривается как процесс выполнения торгово-организационных операций, с последующим совершением актов купли-продажи [13, 5].

Основной целью коммерческой деятельности является максимизация выгоды (дохода, прибыли) участниками операции купли-продажи от выполнения различных видов коммерческих операций.

Коммерческая деятельность связана с торговыми процессами по осуществлению актов купли-продажи с целью получения прибыли и представляет совокупность технологических и коммерческих процессов:

– технологические (производственные) процессы представляют продолжение производственного процесса в торговой организации, т.е. процесс подготовки товара к продаже потребителю: транспортировка товара в торговую

организацию, хранение, сортировка, фасовка, маркировка, нанесение штрихкодирования, выкладка в торговом зале, доставка товара потребителю и т.д.;

– коммерческий процесс представляет совокупность коммерческих операций, связанных со сменой форм стоимости товара (классическая формула товарно-денежных отношений К.Маркса: Деньги – Товар - Деньги) и включает следующие элементы: изучение и прогнозирование покупательского спроса; определение потребности в товарах; организация закупочной деятельности; формирование конкурентоспособного ассортимента товаров и управление им; создание оптимальных товарных запасов и управление товарными ресурсами; организация продажи товаров; стимулирование продаж, реклама; организация расчетных операций за товар; послепродажное (сервисное) обслуживание и т.д.

Основными задачами коммерческой деятельности являются:

- развитие и совершенствование рекламной и информационной деятельности;
- координация закупочной деятельности между поставщиками и потребителями;
- удовлетворять потребности населения,
- выбирать необходимый сегмент рынка;
- организация продаж и продвижение товаров;
- компетентное и эффективное обучение ассортименту и ценовая политика компании.

Основными функциями коммерческой деятельности являются:

- инновационная - содействие в процессе создания новых идей (технических, организационных, управленческих), проведение исследований в области развития, создание новых продуктов;
- организационная - внедрение новых форм и методов организации производства, рациональное сочетание форм единого разделения труда и основных элементов производственной системы, контроль над ними;

- экономическая - наиболее эффективное использование рабочих, материальных, финансовых, интеллектуальных, информационных ресурсов.

- личная - самореализация предпринимателя как человека, достигающего его собственной цели, получения удовлетворения от его собственной работы.

В современных условиях развития экономики для успешного функционирования сельскохозяйственного предприятия и реализации продукции возникает потребность в постоянном совершенствовании коммерческой деятельности; должны проводиться мероприятия по обеспечению физического распределение товаров, активное влияние на ценовую политику, а также грамотное сервисное обеспечение реализуемой продукции и т.д.

В связи с тем, что современный сельскохозяйственный рынок перенасыщен, между предприятиями существует жесткая конкуренция. Конкурентная борьба вынуждает предприятия выделять свое предложение среди множества других предложений предприятий-конкурентов [14].

Для реализации продукции, должны учитываться все желания потребителей, только в этом случае они могут быть реализованы с максимальной выгодой. При соблюдении этого принципа, у предприятия существенно возрастают преимущества перед конкурентами.

Одним из инструментов для успешной работы организации является комплекс методов по улучшению коммерческой деятельности. Эти методы оказывают стимулирующее воздействие, с целью ускорить и усилить ответную реакцию потребителя. Это позволяет выявить все недостатки и преимущества стратегии при внедрении товара на рынок и его реализации. При правильно выбранном подходе предприятие будет функционировать успешно, а, главное, получит прибыль.

Всю реализуемую продукцию необходимо продвигать. Высокий спрос на товары и услуги достигается при помощи эффективной рекламы. Для этого необходимо изучать рынок, потребительский спрос, проводить опросы и фокус-группы, для того, чтобы выявить слабые места и их ликвидировать, что, в свою

очередь, позволит улучшить коммерческую деятельность сельскохозяйственного предприятия.

Структурировав данную информацию и применив комплекс мер по улучшению деятельности предприятия, возможно удовлетворить желания покупателей. Это является основой коммерческой деятельности предприятия.

Таким образом, можно сказать, что коммерческая деятельность — это, прежде всего, интеллектуальная деятельность энергичного и предприимчивого человека, который, обладая материальными ценностями, использует их для организации бизнеса. Выбирая выгоды для себя, предприниматель действует на благо всего общества.

Список литературы

1. Азжеурова М.В. Продовольственная безопасность страны: состояние и перспективы / Азжеурова М.В. // Материалы XVI научно-практической конференции «Молодые ученые – экономике региона».- Вологда, 2017. – С. 128-132.

2. Азжеурова М.В. Развитие инновационной деятельности в АПК: проблемы и пути решения / М.В. Азжеурова // Аграрная наука в условиях модернизации и инновационного развития АПК России: Сб. науч. тр. – Иваново, 2017. – С. 4-8.

3. Дубовицкий А.А. Совершенствование рынка овощей защищенного грунта на основе повышения эффективности их производства / А.А. Дубовицкий, Э.А. Климентова, Д.С. Неуймин // Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК - продукты здорового питания. - 2016. - № 1 (9). - С. 86-92.

4. Информационное обеспечение предпринимательской деятельности в современных экономических условиях: коллективная монография / А.Ф. Мялкина, Л.Н. Коровина, Е.А. Баева, Н.М. Турбина и др. – Тамбов: изд-во Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина, 2017. – 164 с.

5. Минаков И.А. Организация коммерческой деятельности на агропродовольственном рынке // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. – 2019. - №2. – С. 163-167.

6. Минаков И.А. Состояние и особенности коммерческой деятельности на агропродовольственном рынке // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2019. - №10. – С. 67-72.

7. Никитин А.В. Учет и налогообложение в фермерских хозяйствах: учебное пособие / А.В. Никитин, Д.Д. Сазонова, Е.В. Иванова. – Мичуринск: изд-во Мичуринского государственного аграрного университета, 2013. – 54 с.

8. Развитие овощеводства в Российской Федерации: состояние и перспективы: монография / М.С. Бунин, Л.А. Смирнова, И.Н. Минаков, А.В. Никитин и др. – Москва, 2010. – 223 с.

9. Солопов В.А. Перспективные формы интеграции на региональном рынке зерна и хлебопродуктов / В.А. Солопов, С.А. Жидков // Зерновое хозяйство. - 2002. - № 3. - С. 4-8.

10. Шаляпина И.П. Экономическое обоснование конкурентоспособности продовольственных товаров из отечественного сырья / И.П. Шаляпина, Н.В. Карамнова, В.М. Белоусов // Экономика и предпринимательство. - 2014. - № 1-1 (42). - С. 166-169.

11. Жидков С.А. Приоритетные направления развития рынка зерна в России: монография / С.А. Жидков. – Мичуринск: ООО «БИС», 2018. – 313 с.

12. Kulikov I.M. Food security: problems and prospects in Russia / I.M. Kulikov, I.A. Minakov // Scientific Papers. Series: Management, Economic Engineering and Rural Development. - 2019. - Т. 19. - № 4. - С. 141-147.

13. Minakov I.A. Agricultural market development: trends and prospects / I.A. Minakov, A.V. Nikitin // International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering. - 2019. - Т. 9. - № 1. - С. 3842-3847.

14. Kulikov I.M. Development of agricultural production cooperation in Russia: issues and prospects / I.M. Kulikov, I.A. Minakov // Scientific Papers. Series:

Management, Economic Engineering and Rural Development. - 2019. - T. 19. - № 1.
- C. 247-253.

COMMERCIAL ACTIVITY OF THE ENTERPRISE: ESSENCE, TASKS AND FUNCTIONS

Azzheurova Mariya Viktorovna

Ph. D., associate Professor of Economics and Commerce

Kachanova Natalia Sergeevna

student of the Institute of Economics and management

e-mail: azzheurovam@mail.ru

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

Abstract: the article presents the main results of the analysis of interpretations of the term "commercial activity", the main tasks and functions of commercial activity are considered.

Keywords: commercial activity, market, product, competition, entrepreneur.