Роль и задачи развития коммерческой деятельности на современном этапе

Дедиков Алексей Юрьевич

Рыночные условия хозяйствования способствуют появлению нового типа коммерческих отношений между поставщиками и покупателями товаров, открывают широкий простор инициативе и самостоятельности торговых работников. Без этих качеств в современных условиях нельзя успешно осуществлять коммерческую работу. В странах с развитой рыночной экономикой в коммерческой деятельности очень высоко ценятся инициатива, предприимчивость, искусство продать товар. Данные умения и навыки прививаются студентам будущим коммерсантам — во время их обучения в высших и средних учебных заведениях.

Успешно осуществлять коммерческую деятельность в сложных и многообразных условиях рыночных отношений могут лишь хорошо подготовленные высококвалифицированные кадры, прошедшие подготовку или повышение квалификации в области современной организации и технологии коммерческой работы, маркетинга, менеджмента. Во главе торговых предприятий, коммерческих служб должны стоять квалифицированные коммерсанты-организаторы, коммерсанты-товароведы, коммерсанты-менеджеры. На оптовых базах, в торговых организациях и на предприятиях следует создавать коммерческие службы или отделы, возглавляемые первыми заместителями директоров предприятий или, как принято называть, коммерческими директорами.

В состав коммерческих служб включаются торговые или товарные отделы, отделы по изучению спроса или конъюнктуры торговли, коммерческие павильоны оптовых баз, залы товарных образцов и другие торговые подразделения предприятий. Актуальной задачей коммерческих работников торговых организаций и предприятий является вовлечение в товарооборот продукции отечественных изготовителей. В связи с этим необходимо расширять сферу договорных отношений с поставщиками и изготовителями товаров, повышать эффективность и действенность договоров поставки. Договоры поставки должны активно воздействовать на отечественное производство для всемерного увеличения выпуска товаров народного потребления, изготовления их из дешевого альтернативного сырья, формирование оптимального ассортимента товаров для населения.

При рыночной экономике качество коммерческой работы зависит, прежде всего, от умения активно изыскивать товары, реализуемые в порядке свободной продажи, заинтересовать промышленные или сельскохозяйственные предприятия, кооперативы, лица, занимающиеся индивидуальной трудовой деятельностью, в изготовлении нужных населению товаров. Для выполнения этих задач коммерческим работникам необходимо хорошо знать свой экономический район и его природные богатства, реально оценивать состояние промышленности, сельского хозяйства, производственные возможности и ассортимент изделий, вырабатываемых предприятиями региона. Для изучения поставщиков и их возможностей работники коммерческих служб должны принимать участие в работе товарных бирж, оптовых ярмарок, выставок-продаж и выставок-просмотров образцов лучших и новых изделий, следить за рекламными объявлениями в средствах массовой информации, бюллетенях спроса и предложений, биржевыми сообщениями, за проспектами, каталогами и тому подобное. Целесообразно посещать производственные предприятия (поставщиков) для ознакомления с их производственными возможностями, объемом и качеством выпускаемой продукции, принимать участие в совещаниях с работниками промышленности.

Важными задачами коммерческой службы в торговле являются изучение и прогнозирование емкости региональных и товарных рынков, развитие и совершенствование рекламно-информационной деятельности, координация закупочной работы среди поставщиков и потребителей. Для этого необходимо перенимать опыт зарубежных стран в использовании маркетинга, позволяющий успешно организовать коммерческую деятельность предприятий в условиях рынка.

На современном этапе коммерческая работа торговых организаций и предприятий должна способствовать расширению сферы внешнеэкономической деятельности с использованием различных форм экономико-финансовых связей (бартер, клиринг, расчеты в свободно конвертируемой валюте и др.). Повышение уровня коммерческой работы требует постоянного совершенствования ее технологии, и особенно использования новой техники управления, АСУ, автоматизированных рабочих мест (АРМ) коммерческих работников, компьютеризации управления коммерческими процессами, в том числе оптовой и розничной продажи товаров. Постоянный учет и контроль оптовых закупок товаров, характеризующихся большим количеством поставщиков, десятками тысяч наименований товаров сложного ассортимента, возможны лишь с помощью ЭВМ. Ручная, карточная форма учета поставок, осуществляемая товароведами, трудоемка и не обеспечивает быстрого и точного их учета по всей совокупности ассортимента от большого количества поставщиков и по частным срокам поступления. Такая система учета выполнения договоров в групповом ассортименте, как правило, по кварталам не обеспечивает принятия оперативных мер воздействия на поставщиков, допускающих нарушения обязательств по поставкам товаров в развернутом ассортименте, приводит к срывам поставок и перебоям в поступлении товаров. Для этих целей необходима организация в товарных отделах, залах товарных образцов, коммерческих павильонах АРМ для оперативной обработки коммерческой информации и управления коммерческими процессами. Это обеспечивает автоматизацию учета поставки и реализации товаров по внутригрупповому ассортименту, освобождает товароведов от рутинной, ручной работы по ведению картотеки учета и движения товаров, высвобождает время для реальной коммерческой работы с поставщиками и покупателями, повышает производительность труда коммерческих работников. Компьютеризация учета розничной продажи товаров в магазинах обеспечивает непрерывный контроль за ходом реализации товаров и выдачей заказов на пополнение и поддержание торгового ассортимента в оптимальных размерах. Компьютеризация коммерческих операций позволит создать информационную систему обработки и передачи коммерческой информации, составляющую техническую основу рыночной, маркетинговой деятельности в сфере товарного обращения. Коммерческая деятельность, как и любая иная предпринимательская деятельность, нуждается в значительном регулировании со стороны государства. Регулирование коммерческих отношений осуществляется в основном посредством принятия правовых актов, относящихся к этой сфере деятельности, например, законы РФ «О защите прав потребителей», «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта и алкогольной продукции», «Об использовании контрольно-кассовых машин в предприятиях торговли и общественного питания» и другие.

Министерство торговли РФ организационно сосредоточило в едином органе вопросы внешней и внутренней торговли. Это открывает возможности для создания благоприятных условий для продвижения российских товаров не только на внутренний, но и на внешний рынок и для защиты отечественных товаропроизводителей. Важной задачей в современных условиях является реформирование оптового звена. На основе сложившихся рыночных структур намечается создание крупных региональных оптовых звеньев, которые будут иметь возможность контролировать грузопотоки, определять ассортимент производства товаров народного потребления.

Предметом особого внимания государственных органов управления являются вопросы

повышения качества продукции. Предприятия, которые не соблюдают технологические требования к производству товаров, продукции, санитарные правила и нормы, будут вытесняться с потребительского рынка. Для этого создается необходимая нормативно-правовая база.