

# Основные функции и принципы коммерческой деятельности

Дедиков Алексей Юрьевич

В торговле, как сфере товарного обращения, выполняется большой комплекс различных процессов и операций.

По характеру выполняемых в сфере товарного обращения функций процессы и операции, совершаемые в торговле, можно подразделить на два вида: «производственные или технологические»; «коммерческие, или чисто торговые».

Технологические процессы связаны с движением товара как потребительной стоимости и являются продолжением процесса производства в сфере обращения.

Технологические процессы являются объектом изучения специальной дисциплины «Организации и технологии торговли», важнейшая задача которой заключается в научной организации взаимодействия рационального использования, с одной стороны, живого труда, а с другой — вещественных элементов труда (орудий и предметов труда).

Коммерческие процессы — это процессы, связанные со сменой форм стоимости, то есть с куплей и продажей товаров. К коммерческим относятся и такие торговые процессы, которые обеспечивают нормальное осуществление операций купли и продажи товаров в сфере товарного обращения (изучение покупательского спроса, организация хозяйственных связей между поставщиками и покупателями товаров, рекламирование товаров, оптовые закупки и продажа товаров и другие.).

Промежуточное положение между этими двумя видами процессов, выполняемых в торговле, занимают так называемые торговые услуги, оказываемые покупателям при продаже товаров. В цивилизованной торговле именно эти услуги по своей сущности становятся все более доминирующими по массе затрачиваемого на них труда (доставка товаров на дом, установка купленных технически сложных товаров на дому у покупателей, прием заказов у покупателей и другие).

По своему функциональному содержанию торговые услуги могут быть отнесены как к технологическим, так и к коммерческим процессам.

Теория коммерческой деятельности, базирующаяся на экономических законах рынка, ориентирована на их познание, установление основных положений коммерческой деятельности, выявление факторов и ориентиров развития коммерческого дела.

Закономерностям коммерции и коммерческим процессам свойственны свои *правила и принципы*. Главный принцип коммерции — это пронизывание коммерческими действиями этапов продвижения продукции от производителя до потребителя, обеспечивая снижение издержек обращения и получение реальной прибыли от продажи продукции. Механизм коммерции строится на саморегулировании, где определяющая роль диктуется экономическими и распорядительными методами. В результате зарождаются благоприятные условия, способствующие динамичному развитию коммерции. Коммерческая самообеспеченность означает выбор способов и приемов, направленных на развитие хозяйственной деятельности конкретного рынка. Такая позиция ведет к образованию целенаправленного производства и потребления продукции. Коммерция с присущими ей свойствами становится реальной необходимостью рынка.

Регуляторами коммерции являются рыночная среда и конъюнктура рынка. Здесь же отметим,

---

что сама коммерция, обладая свойствами автономности, позволяет регулировать ограниченные материальные ресурсы и денежные средства. В условиях организованного рынка коммерция выступает связующим звеном с субъектами хозяйствования. Рыночное пространство позволяет участникам коммерческого оборота успешно действовать при взаимной заинтересованности, выгоде продвигаемой и реализуемой продукции. Цель, преследуемая субъектами рынка, — получение прибыли. Ее размер зависит и обеспечивается удовлетворением запросов и потребностей покупателей в продукции.

Практическая (прикладная) коммерция ставит перед собой решение практических задач. Они предопределяются коммерческими сделками, обменом, куплей-продажей, ведением коммерческих операций, связанных с продвижением продукции по каналам реализации. Основой развития прикладной коммерции является изучение конкретно сложившейся ситуации на рынке, опираясь на достигнутую практику хозяйствования и ведения коммерческой деятельности. Коммерция в практической деятельности находится в прямой и обратной связи с внутренней и внешней средой. Соединение наработок в плане коммерции подводит к установлению новых ее возможностей. Следовательно, определяющие значения коммерции не являются исчерпывающими, она постоянно расширяет сферу применения. Коммерция аккумулирует опыт, и на его основе делаются обобщения, выявляются конкретные ситуации, ориентиры приложения и ведения коммерческого дела на практике.

Для реализации коммерческой деятельности прикладного характера выделяются *позитивный* и *нормативный* инструментари. Позитивный инструментарий фиксирует установившиеся явления, вытекающие из влияющих на коммерцию рыночных факторов. Он призван, исходя из накопленного опыта, дать ответ, что достигнуто в области коммерции, и прогнозировать ее дальнейшее практическое развитие. Нормативный инструментарий определяет, как действовать, чтобы достичь желаемого результата. Здесь руководствуются положениями и нормативами для организации и ведения коммерческой работы. Предусмотренные позитивный и нормативный инструментари используются в управлении коммерческими процессами при продвижении продукции из сферы производства в сферу потребления.

На коммерческую деятельность оказывают влияние микро- и макросреда.

Микросреда, или внутренняя среда субъекта (предприятия, рынка), непосредственно связана с хозяйственной, коммерческой деятельностью и экономическим поведением субъекта. Макросреда, или внешнее окружение, оперирует происходящими экономическими процессами, объемами производства отраслевого назначения, динамикой макроэкономических показателей и их изменением во времени. Микро- и макросреда связаны между собой и взаимодействуют друг с другом.

Таким образом, коммерческая деятельность представляет собой коммерческие процессы, направленные на куплю-продажу продукции, продвижение и распределение ее по каналам реализации, обеспечение минимизации издержек обращения и получение реальной прибыли. При этом коммерция призвана опираться на рыночный (покупательский) спрос. Закупка и поставка товаров предполагают изучение рынка и организацию закупочной деятельности с установлением партнерских связей с производителями и поставщиками продукции.

Условием целенаправленности коммерческой деятельности является стратегия. Она зависит от факторов внешней и внутренней среды, складывающихся ситуаций и требований рынка на текущий и перспективный периоды. Реализация стратегических целей осуществляется организационным, экономическим и финансовым обеспечением. Стратегия не остается неизменной, она подвергается корректировке исходя из меняющихся количественных и качественных показателей внешней и внутренней среды, а также возникающих новых требований

---

рынка