

Развитие коммерческой деятельности предприятий розничной торговли

УДК 339.1

Логинова Е.В.,

кандидат экономических наук, доцент
доцент кафедры "Коммерции, сервиса и туризма"
Самарский государственный экономический университет
Россия, г. Самара

Черемисина К.О.,

студент магистратуры
2 курс, кафедра "Коммерции, сервиса и туризма"
Самарский государственный экономический университет
Россия, г. Самара

Loginova E.V.,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of Commerce, Service and Tourism
Samara State University of Economics
Russia, Samara

Cheremisina K.O.,

Magister,
2 year MSc, Department of Commerce, Service and Tourism
Samara State University of Economics
Russia, Samara

In the article the peculiarities of commercial activities trade enterprises in the conditions of change of a competitive environment and globalization of the markets reveal. The directions of a business activity of trade enterprises are described.

Keywords: commercial activities, trade, brokering, activities commercial enterprise.

В современных условиях коммерческая деятельность стала неотъемлемым элементом потребительского рынка, сферы коммерческого предпринимательства, где происходит обмен денег на товары и товаров на деньги.

С коммерческой деятельностью отождествляются процессы, связанные с куплей и продажей товаров, минимизацией издержек обращения и получением прибыли, изучением рынка, установлением хозяйственных связей с поставщиками, осуществлением коммерческих операций, сделок, заключением контрактов и любыми другими формами товарно-денежного обмена [1].

Однако коммерческая деятельность в розничной торговле имеет свою специфику, т.к. наряду с получением прибыли, розничная торговля стремится к максимальному удовлетворению потребностей населения в товарах необходимого качества и ассортимента. Розничные торговые предприятия реализуют товары непосредственно населению, т.е. физическим лицам, применяя свои, специфические способы и методы розничной продажи.

С учетом этого обстоятельства коммерческая деятельность в розничной торговле может быть определена как комплекс взаимосвязанных торгово-организационных операций, направленных

на совершение процессов купли-продажи товаров и оказание сопутствующим этим процессам услуг в целях максимального удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли, необходимой для обеспечения устойчивости занимаемых рыночных позиций [2].

Данное определение:

- четко определяет цель коммерческой деятельности — получение прибыли, как необходимое условие обеспечения устойчивости занимаемых рыночных позиций;
- определяет роль торгового предприятия как посредника, осуществляющего закупку товаров у производителей или других поставщиков с целью их продажи населению для конечного потребления;
- указывает пути повышения конкурентоспособности торгового предприятия на рынке посредством реализации товаров и предоставления широкого набора услуг покупателям.

Организация и эффективное управление коммерческой деятельностью в настоящее время является крайне важной и актуальной проблемой для малых предприятий розничной торговли. Этому сектору свойственны относительно низкая доходность, высокая интенсивность труда, сложности с внедрением новых технологий, ограниченность собственных ресурсов и повышенный риск в острой конкурентной среде, а государственная поддержка предпринимательства в нашей стране очень слаба, и не всегда эффективна [3].

Несмотря на растущее количество крупных розничных сетей, в целом розничная торговля в России характеризуется наличием большого числа небольших по площадям и товарообороту предприятий, а ее деятельность можно отнести преимущественно к сфере малого бизнеса.

Малый бизнес играет большую роль в национальной экономике. Он во многом определяет темпы экономического роста, количество и качество выпускаемого валового продукта, состояние занятости населения. Значимость малого бизнеса в экономике проявляется в следующем:

- оно создает необходимую атмосферу конкуренции и быстро реагирует на изменения рыночной конъюнктуры;
- субъекты малого предпринимательства выполняют важную социальную функцию поглощения «избыточной» рабочей силы, способствуя росту занятости населения;
- малые предприятия способствуют более полному и эффективному использованию местных сырьевых ресурсов;
- малыми предприятиями обеспечивается сравнительно быстрая окупаемость капитальных вложений, высокая скорость оборота капитала в связи с более короткими сроками строительства и освоения созданных проектных мощностей (в среднем в 2,5 раза более короткими, чем на крупных предприятиях);
- малое предпринимательство заполняет те рыночные ниши, которые не может охватить крупный бизнес, выполняет те работы, которые неэффективны для крупных экономических структур, объединяет экономику страны в единое целое [4].

От руководителей (менеджеров) этих предприятий требуется большая предприимчивость и инициатива в коммерческой работе по организации сбыта (продажи) товаров населению, умение хорошо обслужить покупателей, противостоять конкурентам и обеспечить нормальную прибыль. Коммерческая работа малого предприятия в розничной торговле — это деятельность предприятия, направленная на решение особого комплекса задач.

Ключевым повышением торговой деятельности совершенствование ее информационного . В условиях расширения коммерческих и стирания границ рынками сбыта фактором успеха

розничной организации становится и качественное информирование служб предприятия о рынка сбыта и потребительских . В этой связи обеспечение коммерческой становится направлением деятельности торговой организации.

В острой конкуренции и идентичных , будущее будет не малым торговым , а торговым сетям. В растет торговых сетей, что вытеснением малых предприятий торговли магазинами с ассортиментом и низкими на основные группы .

В условиях конкурентной торговле принадлежит значительное : способность привлечь число покупателей за снижения цен на группы потребительских . Между тем, остаются проблемы качества и торгового [5].

Но и сетевые торговые могут потеснить по каталогам и интернет-торговля, в России обороты. Покупателей привлечь возможность товары за рубежом в Интернет. В случае идет о глобализации торговли и возможности приобрести товар в доступной точке .

Итак, изменение коммерческой деятельности организации, адекватного приспособления к ней управления торговыми сказываются не только на их организации, но и на функций управления по ответственности, формам их . Речь идет о системе коммерческой деятельностью, порождена организационной и закономерностью хозяйствования, с удовлетворением конечных потребителей. Все это от розничных торговых ций адаптации к новым .

Спецификой рынка товаров и являются быстрые и изменения внешних и условий предприятий, высокая конкуренции. Поэтому деятельности предприятий торговли быть присущ динамизм, обусловленный изменениями во внутренней и среде, потенциале, технологий , финансовом состоянии.

Таким образом, в современных рыночных условиях наиболее важным инструментом, обеспечивающим стабильность, устойчивое развитие розничного торгового предприятия, его конкурентоспособность, является грамотная организация коммерческой деятельности и постоянная работа по повышению ее эффективности.

Библиографический список

1. Бондарькова О.А. Система управления коммерческой деятельностью предприятий торговли // Молодой ученый. — 2017. — № 9. — С. 20-25.
2. Ермакова Н.В. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущность и основные направления // Коммерческий директор. — 2017. — № 2. — С. 65-69.
3. Мусаев Д.Р. Коммерческая деятельность в розничной торговле: теоретические аспекты // Экономика. — 2017. — № 6. — С. 33-38.
4. Томилова Н.А., Карпович А.И. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущность и основные направления // Наука вчера, сегодня, завтра: сб. ст. по матер. XXXVIII междунар. науч.-практ. конф. № 9(31). — Новосибирск: СибАК, 2016. — С. 131-139.
5. Щеглова Л.В. Особенности коммерческой деятельности малых предприятий в сфере розничной торговли // Экономические науки. — 2017. — № 58. — С. 50-56.

Примечания

1. Ермакова Н.В. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущность и основные направления // Коммерческий директор. — 2017. — № 2. — С. 65.
2. Мусаев Д.Р. Коммерческая деятельность в розничной торговле: теоретические аспекты // Экономика. — 2017. — № 6. — С. 33.
3. Бондарькова О.А. Система управления коммерческой деятельностью предприятий торговли //

Молодой ученый. — 2017. — № 9. — С. 20.

4. Щеглова Л.В. Особенности коммерческой деятельности малых предприятий в сфере розничной торговли // Экономические науки. — 2017. — № 58. — С. 50.
5. Томилова Н.А., Карпович А.И. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущность и основные направления // Наука вчера, сегодня, завтра: сб. ст. по матер. XXXVIII междунар. науч.-практ. конф. № 9(31). — Новосибирск: СибАК, 2016. — С. 131-139.