Сущность и содержание коммерческой деятельности

Презентацию выполнил
Студент группы
БТД-12-ЛО1

Коммерческая деятельность

- Коммерческая деятельность – это совокупность процессов и операций, направленных на совершение купли-продажи товаров, услуг, денег, новых технологий, продуктов интеллектуального труда и т.д. с целью получения прибыли.
- *Коммерческая деятельность* представляет собой часть предпринимательской деятельности на товарном рынке и отличается от нее по большому счету лишь тем, что не охватывает сам процесс изготовления товара или оказания услуги. В широком смысле любая организация, предлагающая на рынок продукты труда своих работников, а, значит, участвующая в процессе обмена, может быть отнесена к категории субъектов продажи. Важно учитывать, что, если данный субъект предполагает получение доходов от продажи (сбыта) товаров или оказания услуг, превышающих по размеру затраты на их создание, то его деятельность принято квалифицировать как коммерческую.

Коммерция и предпринимательство

- Элементы коммерческой деятельности могут осуществляться во всех видах предпринимательства, на всех этапах предпринимательской деятельности в виде купли-продажи товаров, сырья, материалов, полуфабрикатов и т.п.
- Однако, эти элементы не являются определяющими для предпринимательства.
- Они являются лишь составной его частью наряду с производственными (технологическими) процессами.

- Так, любой предприниматель, производящий хлеб, меховые изделия, железобетонные конструкции и т.д. в определённые моменты становится **коммерсантом** – когда ему необходимо купить сырьё и когда ему нужно продать готовые изделия.

- В данном примере коммерция проявляется лишь как **составная часть предпринимательства** при продаже предпринимателем своего продукта, причём нет разницы – товар это или услуга.

- Исходя из этого, **коммерческая деятельность является неотъемлемой составной частью предпринимательства.**

Функции коммерческой деятельности

- В современной экономической литературе авторы выделяют целый ряд функций, реализуемых коммерцией.
- Так выделяются следующие функции: функция обмена (смена форм стоимости, смена форм собственности), информационная функция, функции, связанные с организацией процесса купли-продажи, с организацией сбытовой деятельности, организацией обслуживания покупателей и т.д.
- Причём одни функции называются **основными**, другие – **не основными.**

Главная функция

- **Главной целевой функцией** коммерческой деятельности является **получение прибыли**.
- Реализация этой функции приводит к получению конечного результата коммерции – прибыли.
- Способы и приёмы получения этого результата воспроизводятся в реализации других функций.
- Таким образом, существует **главная («господствующая») целевая функция** коммерческой деятельности – **получение прибыли**, а все остальные, через которые она проявляется, являются подчинёнными этой главной функции.
- Это специфические коммерческие функции.
- Их реализация приводит к осуществлению коммерческой деятельности.

Содержание коммерческой деятельности

Для того, чтобы купля-продажа товара или услуги совершилась, необходимо провести определенные взаимосвязанные действия (реализовать следующие функции):

- исследовать и проанализировать рынок товаров или услуг;
- определить потребности в товарах или услугах;
- найти продавца или покупателя товаров или услуг;
- провести с ним переговоры по предстоящей сделке;
- заключить с ним сделку-договор, в котором оговорить все условия: товар (услуга), его количество, качество, цену, срок поставки и др.;
- исполнить договор: организовать оптовую закупку товаров, оптовую или розничную продажу товаров,
- произвести расчеты за поставленный товар;
- организовать продажу услуг.

- Содержанием предпринимательства является организация предприятия по производству товаров, поставке товаров на рынок, организация торгового предприятия и финансового учреждения, товарной или фондовой биржи и т.д. с целью получения прибыли.

- Совокупность актов купли-продажи различных видов предпринимателей образует рынок.

- Весь рынок, в зависимости от объектов купли-продажи, делится на следующие виды:
- – рынок рабочей силы;
- – финансовый рынок:
  - а) рынок ценных бумаг;
  - б) рынок ссудных капиталов;
  - в) рынок валюты;
  - г) рынок денежных средств;

- – рынок факторов производства:
  - а) рынок земельных ресурсов;
  - б) рынок природных ресурсов;
  - в) рынок капиталов или рынок средств производства;
- – потребительский рынок;
- – рынок технологий;
- – рынок услуг:
  - а) торговые услуги;
  - б) услуги здравоохранения и рекреационные;
  - в) образовательные услуги;
  - г) коммунальные услуги;
  - д) транспортные услуги и др. (туристические, финансовые,
  - управленческие, риэлторские...).

Основные принципы коммерческой деятельности

- доходность, прибыльность;
- соблюдение действующего законодательства.

Коммерческие процессы

- Коммерческие процессы являются объектом коммерческой деятельности в торговле.
- По характеру выполняемых функций процессы, совершаемые в торговле, можно подразделить на два основных вида:
- – коммерческие (или чисто торговые);
  - связаны со сменой форм стоимости, т.е. с куплей и продажей товаров. К ним относятся и организационно-хозяйственные процессы, непосредственно не связанные с актами купли-продажи.
- – производственные (или технологические),связаны с движением товара как потребительной стоимости и являются продолжением процесса производства в сфере обращения (транспортирование, хранение, упаковка, фасовка,подсортировка и т. д.).

Основные виды коммерческой деятельности

- Оптовая торговля
- Розничная торговля
- Сетевой маркетинг, торговля на дому
- Дистанционная торговля
- Телемагазины, интернет торговля

Закупка продажа товаров

- **Закупочная деятельность включает комплекс операций:**

1. Отбор, обработку и анализ информации, необходимой для обоснования коммерческих решений по оптовым закупкам;
2. Определение потребности в товарах, формирование потребительского заказа, конкурентоспособного ассортимента, управление им (обоснование объема и структуры закупок);
3. Выявление и изучение источников закупки, выбор поставщиков и каналов продвижения товара;
4. Установление хозяйственных связей с поставщиками товаров;
5. Контроль исполнения договоров поставки товаров.

Способы закупки

- **Можно выделить следующие способы закупки:**

1. *Получение товара по мере необходимости.*
2. *Ежедневные (ежемесячные) закупки по котировочным ведомостям*
3. *Регулярные закупки мелкими партиями.*
4. *Закупка товара одной партией.*

- В зависимости от объема приобретаемых товаров устанавливается возможный вид закупки.
- **Известны:**

1. прямые закупки у изготовителя;
2. оптовые закупки через посредника или биржу;
3. закупки мелкими партиями в магазинах розничной торговли;
4. закупки через торги.

Оптовая торговля

- Деятельность по продаже товаров, предназначенных для розничных торговцев, тех, кто их будет далее продавать конечному потребителю. Оптовая торговля базируется на заказах розничных торговых предприятий. Объём реализации представляет собой сумму этих заказов с выделением складского и транзитного оборота.

Задачи оптовой торговли

Основные задачи оптовой торговли

1. Формирование выгодного ассортимента товаров путем их организованной закупки большими партиями у фирм-производителей.

2. Складирование товаров, позволяющее снизить издержки на их хранение, уменьшить потери от порчи и утраты товаров.

3. Доставка товаров поближе к потребителям. С учетом этого требования размещаются оптовые склады-базы,

4. Формирование мелких партий товаров для розничных торговцев.

5. Финансирование (кредитование) розничных торговцев.

6. Установление контактов с покупателем, привлечение его к покупке товаров данной фирмы.

7. Принятие на себя части риска за повреждение и утрату товара при его движении по каналу распределения.

Формы оптовой торговли

Складская форма

продажа осуществляется со складов, где товары проходят предварительную подсортировку и в нужном ассортименте предлагаются оптовым покупателям

Транзитная форма

товары не завозят на склад оптовой базы, купившей товар, а направляют от поставщика (как правило, изготовителя товара) в розничные предприятия и их магазины.

Розничная торговля

- Розничная торговля — продажа товаров конечному потребителю.
- Экономической основой (основным доходом) розничной торговли является торговая наценка (маржа). Торговая наценка — это разность между закупочной и продажной ценой.
- Существуют следующие форматы розничной торговли:

1. Супермаркет
2. Гипермаркет
3. Универсам
4. Универмаг
5. интернет-магазин
6. cash&carry
7. Дискаунтер
8. «магазин у дома»
9. «магазин на диване»

Классификация Розничной торговли

Классифицируется по:

- видам предприятий
- предлагаемому ассортименту товаров;
- структуризации розничной торговли;
- размещению и концентрации магазинов;

По видам предприятий:

- магазины,
- магазины-склады,
- павильоны и палатки,
- передвижные пункты продажи (автомагазин),
- розничные рынки и др.

Многоуровневый сетевой маркетинг. Торговля на дому

- Многоуровневый маркетинг (**Multi Level Marketing, сокр. - MLM или МЛМ**) - один из самых новых и эффективных способов продвижения товара на рынке.
- **"Маркетинг"** - означает доставку товаров или услуг от производителя к потребителю.
- Выражение **"многоуровневый"** - означает систему поощрения людей, доставляющих товар или услугу потребителю.
- **MULTI** (много) - означает "более чем один".
- **Level** - уровень, ступень.
- Таким образом можно назвать систему "продвижение продукции с помощью нескольких уровней".
- Более современным является термин "сетевой маркетинг"

Дистанционная торговля

- Продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, либо образцом товара при заключении такого договора.

- Дистанционной торговлей можно называть любую форму розничной торговли продукцией для конечного потребления, при которой покупатель не забирает приобретенный товар у продавца, а товар доставляется ему на дом или по месту работы.

Виды дистанционной торговли

Дистанционная торговля существует в двух видах в зависимости от двух основных целевых групп:

- **торговля с частными потребителями** (*business-to-consumer*, или B-to-C) (B2C);
- **торговля с предприятиями** (*business-to-business*, или B-to-B) (B2B).

Электронная коммерция. Торговля через интернет.

- Под электронной коммерцией понимается предпринима тельская деятельность по осуществлению коммерческих операций с использованием электронных средств обмена данными.

Телемагазины

- Сегмент телеторговли в России наиболее закрыт, по сравнению с торговлей по каталогам и интернет-торговлей - информации об объемах продаж игроков или объеме рынка в открытых источниках нет.
- По оценкам РБК, на рынок телевизионных продаж приходится около 3-5% от общего объема рынка дистанционных продаж.
- Наиболее часто продающимися товарами через телемагазины являются фармацевтические товары и бытовая техника

Список литературы:

- Сидоров В.П. Коммерческая деятельность / учебное пособие – Владивосток изд. ВГУЭС, 2014г – 248 с.
- Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность / "ИДДК" «БизнесСофт»,2005.- 504 с.
- Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф. Коммерческая деятельность /13-е изд., перераб. и доп. - М.: 2012. - 500 с.
- Бунеева Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление /Учебник. — Ростов н/Д: Феникс, 2009. — 365 с.