

ТЕМА 1. СУЩНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ходенков А.Л.

1.1. СОДЕРЖАНИЕ И ПРИНЦИПЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Рынок – это совокупность общественно-экономических отношений, складывающихся по поводу обмена.

- Зависимость между спросом и предложением является диалектической. Спрос на рынке формирует предложение товаров и услуг. Количественные параметры предложения увязываются со спросом при помощи цены, которая активно её регулирует, скорректированный спрос задаёт параметры предложения. Важно, чтобы при этом соблюдался принцип свободы ценообразования или невмешательство государства в вопрос установления цен.

Роль рынка как регулятора отношений в обществе реализуется через следующие функции:

- 1) рынок позволяет определить общественную значимость труда, затрачиваемого на создание товаров. Акт обмена по схеме "товар—деньги" означает, что труд, затраченный на создание товара, является общественно полезным.
- 2) рынок регулирует размер необходимых общественных затрат на производство товара. Рынок косвенным образом воздействует на экономические показатели предприятий на себестоимость и прибыль. Убыточные предприятия разоряются. Выживают предприятия с низкими издержками производства.
- 3) рынок формирует основные пропорции экономики, состав и структуру общественных продуктов. Капитал концентрируется в тех отраслях, товары которых пользуются спросом.

Основными характеристиками рынка сбыта являются:

- доля совокупности покупателя;
- ёмкость рынка и эластичность спроса на данные товары;
- общий объём продаж и удельный вес отдельных продавцов в общем объёме.

Ёмкость рынка – это максимальный объём закупок определённого товара на данном рынке сбыта за определённый период времени.

Ёмкость рынка зависит от двух факторов:

- 1) объективно существующий предел потребления данного товара;
- 2) предел покупательной или платежной способности потребительского товара с учётом эластичности спроса.

1.2. МЕХАНИЗМ РЕГУЛИРОВАНИЯ И ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ НА ТОВАРНОМ РЫНКЕ

- Среда коммерческих отношений является основным фактором деятельности продавцов и покупателей. Регулирование рынка осуществляется в процессе конкурентной борьбы и в результате экономических закономерностей развития рынка.
- Людвиг Эрхард считал, что рынок не может существовать вне конкуренции, а конкуренция служит основным средством роста богатства нации. Роль государства в качестве гаранта общественного благосостояния сводится к поддержанию механизма конкуренции.

Государство имеет три основных инструмента регулирования рынка:

- 1) законодательство, которое решает или запрещает отдельные виды деятельности на рынке, а также формирует правила игры, обязательные для всех;
 - 2) налоговая система, которая активизирует или сдерживает деловую активность в отдельных отраслях экономики за счёт установления дифференцированных ставок налогообложения;
 - 3) кредитно-эмиссионная политика правительства в лице центрального банка. Утверждая ставки рефинансирования, правительство задаёт уровень совокупной, деловой активности в стране.
- Недопустимо вмешательство правительства в процесс ценообразования на рынке, так как это подавляет конкуренцию и уничтожает рыночные свободы.

Типы рыночных отношений:



Механизм и способы конкуренции на рынке предполагают два основных пути, по которым может идти коммерческая деятельность:

1) следование за конкурентом, производя аналогичный товар и продавая его по более низким ценам;

2) достижение определённых преимуществ перед конкурентами, используя качественные характеристики своего товара.


При этом могут использоваться два вида конкуренции:

- ценовая конкуренция – базируется на использовании цены в качестве основного инструмента в рыночной политике;
- неценовая конкуренция – предполагает сосредоточение основного внимания на уникальных свойствах продукции и комплекса услуг, предлагаемых продавцом покупателю.


Основное искусство неценовой конкуренции состоит в том, чтобы в рамках данного рынка найти неразработанный участок или рыночную нишу. Механизм конкуренции на рынке предполагает определённую цикличность.

- Общие принципы построения конкуренции предполагают:
 - во-первых, выявление и изучение типа сложившейся рыночной конкуренции;
 - во-вторых, анализ текущей ситуации на рынке определённого товара с целью выявления потенциальной возможности и способов внедрения его на этот рынок или сохранения имеющихся позиций.


Конкуренция проходит три последовательных
стадии:



1) заключительная в оценке сложившейся ситуации – продавец изыскивает резервы и возможности сохранения своих позиций на рынке;



2) предприятие стремится достичь относительного превосходства перед конкурентами по различным параметрам выпускаемой продукции;



3) связано с исчерпанием возможностей и завершением жизненного цикла конкретного товара. Выход из положения состоит в переходе производства предложения на рынок нового товара, который смог бы заменить устаревшее для достижения коммерческого успеха.

1.3. ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ СОСТОЯНИЕ РЫНОЧНОЙ СРЕДЫ

- Среда и обстоятельства, в которых предприятие действует на рынке, являются сложными и динамичными, при этом темп изменений с течением времени возрастает.

Успех на рынке предполагает тщательное изучение характера и тенденций изменений, потому что своевременная реакция на изменения позволяет органично приспособить рыночную стратегию, тактику меняющихся обстоятельств.

- Наблюдение за состоянием среды имеет целью выявление влияния различных сил и факторов на рынке. Наблюдение осуществляется в разнообразных формах от простого (обобщение информации) до специфических способов получения информации в специальных целях.

Существует ряд факторов, определяющих состояние рыночной среды:

1) размер рынка (малые по размеру рынки не представляют интереса для крупных конкурентов; на крупных рынках для крупномасштабных вложений капитала более острая борьба);

2) темпы расширения рынков сбыта (быстрый рост объёма продаж обуславливает приток конкурентов, медленный устраняет наиболее слабых);

3) избыток или дефицит товаров (снижение цен и рентабельности производства);

4) рентабельность производства – высокорентабельные отрасли привлекают на свой рынок конкурентов и новые капиталы;

5) цена товара (чем ниже цены, тем большее количество продаётся на рынке).

Товарный рынок – одна из трёх составляющих рынков в целом. Деятельность субъектов товарного рынка связана с обменом материальных ценностей, т.е. с осуществлением сделок купли-продажи товара. Кроме того, необходимо рассматривать в качестве элемента товарного рынка и весь комплекс по обслуживанию продавцов и покупателей.

- ✓ Основные составляющие подразделения товарного рынка: рынок товаров и услуг, или бизнес-рынок, рынок товаров и услуг народного потребления, или потребительский рынок.

1.4. ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ БИЗНЕС-РЫНКА

- Важнейшие черты бизнес-рынка определяются тем ЧТО? КОМУ? ДЛЯ ЧЕГО? и КАКИМ ОБРАЗОМ? продаётся на рынке. Товары, обращающиеся в пределах бизнес-рынка: сырьё, материалы, изделия для использования на производственных предприятиях в качестве предмета и средства труда, в организациях непромышленной сферы в качестве средств труда и материального оснащения в торговых посреднических предприятиях-организациях.
- ЧТО? – это товары производственно-технического назначения.
- КОМУ? – предприятия, организации, юридические лица.
- ДЛЯ ЧЕГО? – для использования в качестве средств и предмета труда и перепродажи.
- КАКИМ ОБРАЗОМ? – только в форме оптовой торговли.

Товародвижение на рынке предполагает наличие каналов и соответствующих им товаропотоков. В целом процесс движения товара на рынке можно уподобить работе сложной гидравлической системы. Давление в ней создаётся усилиями коммерческой деятельности, которая мониторит спрос на рынке, анализирует тенденции изменения, прогнозирует развитие и формирует спрос на реализацию товаров производственно-технического назначения.