



Коммерческая деятельность

Гагарина Мария Васильевна

доцент кафедры Менеджмента и маркетинга ПГТУ, к.т.н.,
руководитель направления Mini-MBA
ГОУ ДПО «ИБК-РМЦПК»
тел. 2-198-551

Определения коммерческой деятельности

- ❖ коммерция - «торг, торговые обороты, купеческие промыслы» (согласно определению из Толкового словаря В.И. Даля);
- ❖ коммерческая деятельность - товарно-денежный обмен, в процессе которого товары от поставщика переходят в собственность торгового предприятия с ориентацией на потребности рыночного спроса;
- ❖ коммерческая деятельность - особый вид деятельности, связанный с реализацией товаров, от которой зависят конечные результаты торгового предприятия;
- ❖ коммерческая деятельность - это все то, что обеспечивает максимальную выгодность торговой сделки для каждого из партнеров при первоочередном учете интересов и запросов потребителей;
- ❖ коммерческая деятельность - комплекс операций, обеспечивающих куплю-продажу товаров и вместе с торговыми процессами представляющих собой торговлю в широком смысле слова;
- ❖ коммерческая деятельность — оперативно-организационная деятельность по осуществлению операций обмена товарно-материальных ценностей в целях удовлетворения потребностей населения и получения прибыли.

Сущность и содержание коммерческой деятельности

Принципиальные «обстоятельства»:

1. Менталитет и покупательское поведение
2. Элементы макро- и микросистемы должны работать как единый и слаженный механизм («ресурсная болезнь»)
3. Рыночные преобразования в торговле необходимо проводить в соответствии с экономическими принципами рыночной системы, утвердившимися в мировой практике
4. Коммерция – атрибут рынка – те же принципы:
рынок - система экономических отношений между продавцами и покупателями, основой которых является купля-продажа товаров т. е. коммерческая деятельность. Ее цель - увеличение доходов в торговле при условии удовлетворения спроса покупателей.

«Коммерция»
(от лат. commercium- торговля)

отрасль торговли

**торговые процессы,
направленные на
активизацию и
осуществление
купли-продажи
товаров**

Термины «торг», «торговые обороты» означают коммерцию с позиции выгоды купли и продажи, сопровождаемых коммерческой сделкой, обменом и продвижением товаров.

Средство обмена – деньги. Место обмена товаров на деньги - рынок.

Вхождение в рынок — сложный и многофакторный процесс, охватывающий все стороны коммерческой деятельности торгового предприятия

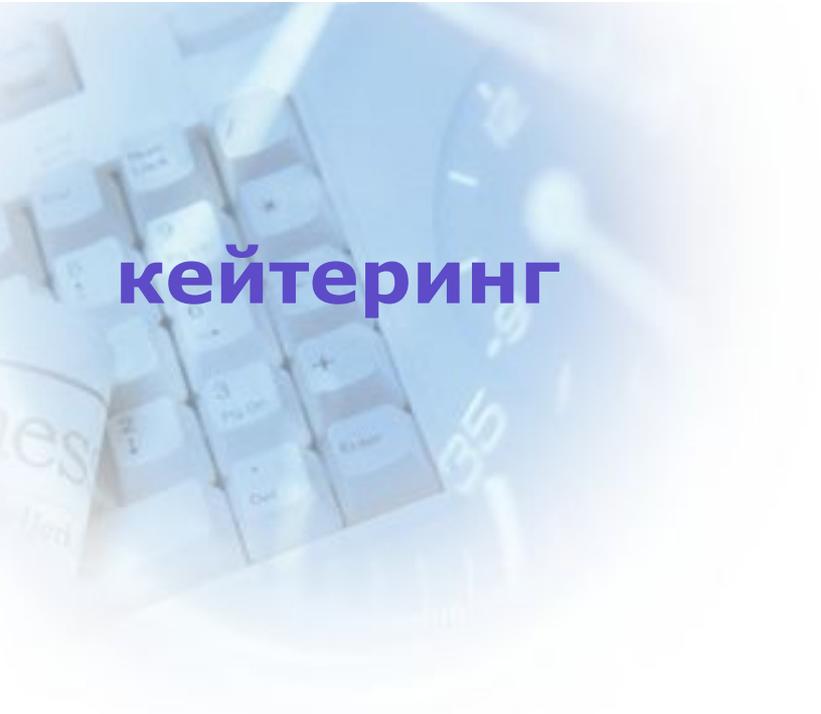
Цель коммерческой деятельности - максимизация выгоды (дохода, прибыли).

Достижение этой цели должно постоянно сопровождать весь процесс коммерческой деятельности с каждым контрагентом по каждому конкретному поводу в конкретных условиях.

Гарантией реализации этих целей является **содержание коммерческой деятельности**, состоящее в:

- изучении процесса формирования рынка товаров и услуг;
- обосновании направлений и масштабов развития их производства в соответствии с **потребностями общества и отдельных потребителей**;
- доведении товаров до потребителей и организации самого процесса потребления, коммерческом посредничестве и установлении договорных связей на рынке товаров и услуг

(Стратегии роста HBR)



кейтеринг

Взмывая над традиционной ЛОГИКОЙ

◆ Virgin Atlantic (США)

- ◆ Первый класс – источник затрат, прибыль – пассажиры бизнес-класса
- ◆ Подняла уровень комфортности (продукт) + доставка в аэропорт (услуга)
- ◆ Переоборудование залов ожидания
- ◆ Объем продаж – самый высокий в отрасли, стоимость пассажирокилометра – самая низкая

◆ Accor (Франция)

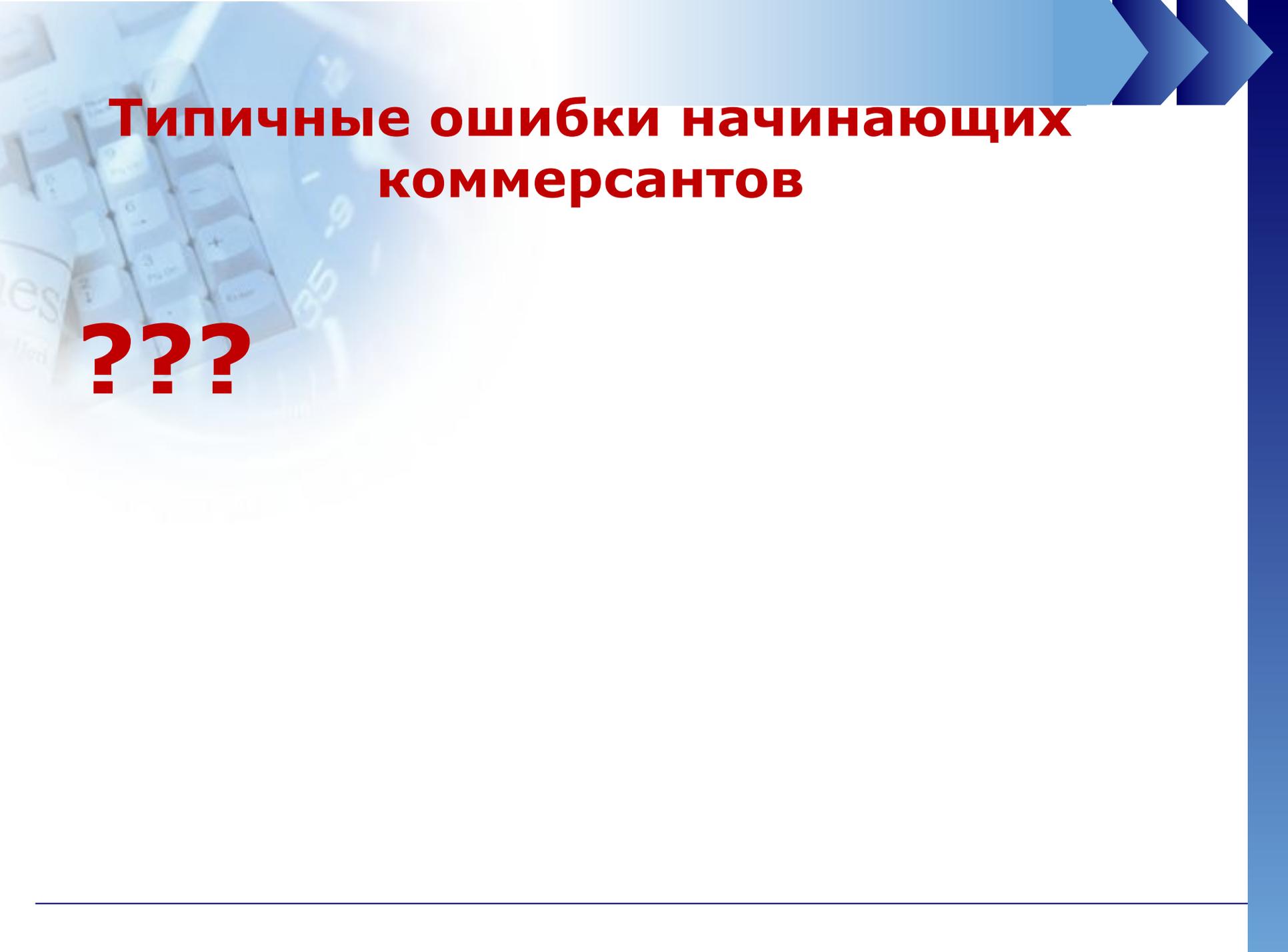
- ◆ Ключевая потребность клиента – возможность хорошо выспаться ночью за умеренную плату
- ◆ Отели «Эконом-класса» (сегменты: однозвездочные гостиницы, не имеющие звезд – стоимость 60-90 франков, двухзвездочные гостиницы – 200 франков)
- ◆ Отказались от атрибутов традиционных гостиниц (холл, ресторан, reception)
- ◆ Номер - Готовый модульный блок

◆ Bert Clayes (Бельгия)

- ◆ Кинополис – мегаплекс – кинокомплекс с 25 залами (7 600 зрителей)
- ◆ 50% брюссельского рынка
- ◆ Расположение кинополиса – загород – решение проблем парковок

◆ Рынок Перми???





Типичные ошибки начинающих коммерсантов

???

Типичные ошибки

- ❖ Отсутствие команды
- ❖ Разногласия между основателями
- ❖ Производная идея
- ❖ непонимание специфики бизнеса
- ❖ Затягивание с запуском
- ❖ Слишком ранний запуск
- ❖ Слишком большие расходы, бесконтрольная трата денег
- ❖ Безмерная скупость
- ❖ Жертвование клиентами в угоду (предполагаемой) прибыли
- ❖ Пренебрежение преимуществами
- ❖ Производство без ориентации на спрос
- ❖ Отсутствие конкретного образа клиента
- ❖ Отсутствие анализа рынка
- ❖ Невнимание к персоналу
- ❖ Отсутствие альтернатив и резервов
- ❖ Уверенность в том, что подписанный контракт будет выполнен
- ❖ «Розовые очки»
- ❖ Отсутствие бизнес-плана
- ❖ Отсутствие контроля
- ❖ «Головокружение от успехов»
- ❖ Недостаточные усилия

Типичные ошибки

❖ Производная идея

- ❖ Большинство предложений исходящих от новых компаний всего лишь имитация других, более успешных, компаний. Они повторяют те же идеи и предложения, не улучшая их. Если вы обратите внимание на успешные проекты, то заметите, что ни один из них не являлся повторением существующего бизнеса.
- ❖ Где эти предприниматели находили идеи? Обычно в фокусировке на решении конкретной проблемы. Лучше всего той, которая затрагивает вас лично. Apple возникла потому что Стив Возняк хотел компьютер, Google – потому что Лэрри и Сергей не могли быстро находить нужную информацию, Hotmail – потому что Сабир Батья и Джек Смит не могли обмениваться электронной почтой на работе.
- ❖ Не ищите компании, которые нашли удачное решение проблемы – ищите проблемы и представляйте, какой должна быть компания решающая их . На что люди жалуются? Что бы вы хотели для себя?

Типичные ошибки

❖ Затягивание с запуском

- ❖ Компании любого размера имеет трудности с созданием и запуском программного обеспечения. Это свойственно среде – работа кажется выполненной всегда на 85% и бизнесмены постоянно затягивают вывод продукта, оправдываясь необходимостью тестирования и доработки. Проблема в том, что когда работа будет выполнена на 100% будет ли это все еще актуально для пользователей?
- ❖ *(комментарий: то же и с вашей супер-гениальной и мега-уникальной идеей. К тому моменту, как вы будут окончательно готовы представить ее публике, вполне возможно, что кто-то другой уже сделает на ней состояние)*

Типичные ошибки

❖ Слишком ранний запуск

- ❖ Проблема слишком раннего запуска в том, что представляя сырой материал публике, вы разрушаете свою репутацию. Итак, какой минимум нужен для запуска?
- ❖ Я предлагаю подумать над задачей в целом и вычленить ядро, которое будет полезно само по себе и органично впишется в завершённый проект. И начинайте работу с создания той части задания, которое сможет быть полезным само по себе. Тогда даже незавершённая программа сможет быть реально полезной пользователю.

Типичные ошибки

❖ Отсутствие конкретного образа клиента

- ❖ Вы не можете создавать продукт, не имея представления о том, кто именно будет им пользоваться. Более того, ваша задача найти нескольких представителей будущей целевой аудитории и изучить их мнение относительно продукта.
- ❖ Зачастую залог успешного бизнеса - успешные продажи. Но это еще не значит, что задача состоит в продаже каждому встречному. Не стоит тратить время пытаясь продать людям не нужный им товар. Научитесь говорить "нет" некоторым клиентам, чтобы сберечь силы для работы для действительно выгодных возможностей.

Типичные ошибки

❖ Слишком большие расходы

- ❖ Сложно провести грань между недостатком инвестирования и слишком большими расходами. Основной способ «сжечь» деньги – нанимать слишком много людей. Можно дать три главных совета в этом направлении:
 - 1) не нанимать, если можно обойтись,
 - 2) стремиться расплачиваться акциями, а не деньгами
 - 3) нанимать только тех, кто может или писать программы или привлекать новых клиентов – это главное в чем вы нуждаетесь на данном этапе.
- ❖ В то время, пока поток денег не стал устойчивым, стоит семь раз подумать, прежде чем совершать траты. Цель вашего бизнеса - приносить деньги, поэтому перед тем как вложить рубль, подумайте, каким образом он окупится, каким образом вы его вернете.

Типичные ошибки

❖ **Безмерная скупость**

- ❖ Обратная крайность - безмерная скупость, так же является ошибкой начинающих предпринимателей. Нельзя позволить чрезмерной бережливости уничтожить эффективность бизнеса. Может более целесообразно обратиться к более квалифицированным специалистам для эффективного решения некоторых задач. Или установить новейшее оборудование, или программное обеспечение.

❖ **Жертвование пользователями в угоду (предполагаемой) прибыли**

- ❖ Как уже говорилось, если вы создадите то, что пользователям необходимо - все будет отлично. Не стоит фокусироваться на том, как заработать. Создать что-то, что будет востребовано потребителями намного труднее. Решите первую задачу и потом думайте, как на этом заработать.

Типичные ошибки

❖ **Разногласия между основателями**

- ❖ Разногласия между основателями довольно обычное явление. Выход одного из совладельцев из бизнеса не всегда приводит к его краху. И все же большинство будущих споров между основателями можно было бы избежать, если бы они внимательнее подходили к выбору партнера в начале. Большинство споров возникает не из-за ситуации, а из-за самих людей, и, очевидно, вначале совладельцы подавили внутренне сопротивление сотрудничеству. Поэтому никогда не начинайте бизнес с теми, кто вам неприятен, даже если он имеет столь необходимый вам навык.

❖ **Недостаточные усилия**

- ❖ Недостаточные усилия. Это, наверное, самая главная ошибка начинающих бизнесов, о которых мы даже не узнали, поскольку два парня которые их придумали, занимались подготовкой проекта после трудового дня и в итоге забросили начинание.
- ❖ Если вы хотите избежать неудачи, главное, что вы должны сделать, - отказаться от другой работы. Если вы уделяете подготовке нового проекта недостаточно внимания и продолжаете работать еще где-то вы вероятно в глубине души сомневаетесь в успешности проекта.
- ❖ Большинство новых проектов, которые могли бы стать успешными никогда не будут осуществлены, только потому, что основатели приложили недостаточно усилий для их реализации. Именно в максимальной интенсивности усилий и кроется главный секрет успеха.

Типичные ошибки

❖ Пренебрежение преимуществами

- ❖ Часто задаваемый вопрос начинающих предпринимателей следующий: "Как я смогу конкурировать с большими компаниями?" У малого бизнеса есть присущие ему преимущества над большим предприятием, включая: гибкость, способность быстрого реагирования, более личный подход к клиенту. Убедитесь, что ваш бизнес использует максимальные преимущества в этих областях, ведь именно они представляют силу малых компаний.

❖ Отсутствие анализа рынка

- ❖ Обычно бывает, что человек загорелся идеей, она ему кажется гениальной или, по крайней мере, весьма удачной. Посмотрел одну - две торговые точки, торгующие этим товаром и у них, по его мнению, оказались высокие цены, плохой ассортимент и т. д. Когда свой магазин уже открылся, вдруг выясняется, что есть еще конкуренты, рынок уже заполнен, цены не устраивают покупателей.

Типичные ошибки

- ❖ **Отсутствие бизнес-плана**
- ❖ Все рассчитать заранее просто необходимо, пусть даже будут допущены ошибки, но кропотливая работа над бизнес-планом может открыть такие аспекты бизнеса, о которых прежде начинающий предприниматель не задумывался. Бизнес-план поможет спланировать финансы, при грамотно составленном бизнес-плане не возникнет ситуация, когда деньги внезапно заканчиваются и это становится причиной закрытия бизнеса.
- ❖ **Невнимание к потребностям потенциального клиента**
- ❖ При старте бизнеса, многие пытаются делать и продавать то, что человек сам умеет, а не то, что клиенту нужно и что он хочет. Зачастую это несовместимо. Успешному бизнесу должно предшествовать внимательное изучение рынка и анализ конкурентов, чтобы не переплачивать, за аренду, услуги

Типичные ошибки

- ❖ **Отсутствие альтернатив и резервов**
- ❖
- ❖ Помимо этих ошибок, называются и другие. Но все сходятся во мнении, что «единица - самая плохая цифра в бизнесе. Один поставщик, Один клиент, Один вид рекламы и т.д.».
- ❖ **«Розовые очки»**
- ❖
- ❖ Чтобы правильно просчитать возможные доходы, опытные предприниматели советуют всегда рассчитывать на минимальную прибыль и на максимальные расходы, то есть брать за основу худший вариант. Вот если он устраивает, тогда и следует браться за дело. Логика здесь очевидна, при таком подходе, всё, что выше минимума, будет только радовать и поднимать моральный дух.
- ❖ **Уверенность в том, что подписанный контракт будет выполнен**
- ❖
- ❖ Подписанный контракт — это всего лишь лист бумаги. За контрактом всегда стоят отношения. И если отношения портятся, то контракт вас не спасет. Цель контракта — четко обозначить права и обязанности сторон. Но отношения, а не бумага в конечном итоге подкрепляют эти обязательства. Как только вы погрязли в бумагах — ваша сделка в опасности. Не делайте ошибку, считая контракт сделкой. Контракт — всего лишь тень сделки. Настоящая сделка — это отношения.

Компоненты коммерческой деятельности



Предметы коммерции

- 1) **купля-продажа товаров в сфере товарного обращения с учетом удовлетворения запросов потребителей**
- 2) **поступление их в собственность торгового предприятия для последующей реализации**

!Требуется адекватная реакция на изменения рыночной ситуации, что способствует устойчивому положению торгового предприятия на рынке. Не менее важным моментом является и ориентация на покупателя

Коммерческая деятельность — неотъемлемое условие потребительского рынка, сферы коммерческого предпринимательства, где происходит обмен денег на товары и товаров на деньги - ЭТО ПРОЦЕССЫ



Цели коммерческой деятельности определяют ее содержание

- **установление хозяйственных и партнерских связей с субъектами рынка;**
- **изучение и анализ источников закупки товаров;**
- **согласование связи производства с потреблением товаров, ориентированных на спрос покупателей (ассортимент, объем и обновление выпускаемой продукции);**
- **осуществление купли и продажи товаров с учетом рыночной среды;**
- **расширение существующих и перспективное развитие целевых рынков товаров;**
- **сокращение издержек обращения товаров.**