

image not found or type unknown



Для существования и наличия перспектив для развития коммерческой деятельности требуются особые условия и конкретизация влияющих факторов. От того, насколько объективно изучены исходные факторы, напрямую зависит целевой подход при решении коммерческих задач.

Первоочередными факторами, которые оказывают влияние на деятельность коммерческого предприятия, являются субъекты и объекты.

Субъекты – это те лица, которые выполняют предпринимательские функции и принимают коммерческие решения. Свою деятельность они реализуют посредством объектов коммерческой компании:

- Основных производственных фондов (пассивных — зданий, активных — оборудования)
- Товарно-материальных ценностей

Коммерческие предприятия имеют дело с потребительским рынком, поставляя на него продукцию и обеспечивая потребителей нужной информацией (характеристиками продукта, надежностью, гарантийными сроками, ценами, условиями продажи и др.). От рыночной системы компании получают обратную связь:

- Информацию о конкурентах,
- Сведения о потребностях и возможностях потребителей,
- Данные об объемах и темпах продаж продукции.

В итоге появляется замкнутая система связи, которая функционирует в качестве единого целого, при этом компании взаимодействуют с внешней средой.

Важно отметить, что коммерческие позиции могут складываться лишь при влиянии внешней и внутренней среды в совокупности.

Основой внешней среды в пределах деятельности коммерческой компании могут составлять:

- тенденции в экономике,
- факторы социальной среды,

- потребители и поставщики продукции,
- основные конкуренты, субъекты партнерских связей,
- финансовые структуры и банки,
- контрольные и инспекционные органы (налоговая служба, инспекция по торговле и качеству продукции),
- товарная и фондовая биржа, ярмарки и выставки,
- соответствующие законодательные и нормативные акты и др.

Внутренняя среда коммерческих предприятий может быть представлена:

- Производственными и экономическими ресурсами,
- Техническими ресурсами,
- Персоналом,
- Финансовыми вложениями,
- Товарно-материальными ценностями,
- Торгово-технологическими процессами,
- Складским хозяйством,
- Информационно-компьютерным обеспечением и др.

Огромное количество факторов во внешней и внутренней среде необходимо рассматривать в тесном взаимодействии и совокупности.

Для развития коммерческой деятельности вся получаемая информация о внешней и внутренней среде должна быть введена в банк компьютерных данных с целью обработки и систематизации, а затем подвержена анализу. С помощью полученных данных появляется возможность более активного воздействия на коммерческий процесс, который связан с доведением товара до покупателя и направлен на удовлетворение его потребностей.

Для развития перспектив в этой сфере коммерческой деятельности предполагается:

- Расширять взаимоотношения субъектов рыночной деятельности посредством компромиссов и коммерческого подхода;
- Воздействовать посредством спроса на производственную сферу необходимых товаров с целью перехода от рынка производителя к рынку потребителей;
- Всесторонне развивать предпринимательство на основании рыночных отношений;
- Ввести интегрированный подход, который мог бы охватить все уровни коммерческой деятельности;

- Придать коммерческому процессу динамичность, оперативность и результативность;
- Использовать современные технические средства с целью информационного обеспечения в сфере принятия эффективных управленческих решений в коммерции.