

УДК 336

*Кондрашова Я.К.*

*Студент 3 курса*

*Владимирский государственный университет*

*Россия, Владимир*

*Сидорова Д.В.*

*Студент 3 курса*

*Владимирский государственный университет*

*Россия, Владимир*

## **ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ КОММЕРЦИИ. ХАРАКТЕРИСТИКА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПЕРСПЕКТИВ**

*Аннотация: В исследовании дается анализ такому экономическому понятию, как «коммерция». Анализ его сущности и деятельности напрямую зависит от развития экономики страны в целом.*

*Ключевые слова: коммерция, экономика, развитие, сущность.*

*Kondrashova Y.K.*

*3rd year student*

*Vladimir State University*

*Russia, Vladimir*

*Sidorova D.V.*

*3th year student*

*Vladimir State University*

*Russia, Vladimir*

## **CONCEPT AND ESSENCE OF COMMERCE**

*Abstract: The study provides an analysis of such an economic concept as "commerce". The analysis of its essence and activities directly depends on the development of the country's economy as a whole.*

*Key words: commerce, economy, development, essence.*

Под коммерцией подразумевают торговую деятельность, при которой продукт превращается в товар. Данный результат деятельности носит в себе как материальную, так и иной вид ценности. Таким образом осуществляется процесс производства и потребления товаров, а так же обмен и распределение товаров на рынке.

Рассмотрим основные категории, присущие коммерции: 1) торговля – это товарооборот на рынке, когда происходит потребление и производство единиц торговли, а так же их закупка и дальнейшая продажа<sup>1</sup>. Торговля обладает рядом функций: во-первых, необходимо, чтобы происходила реализация товаров по определённой стоимости (потребительской). Во-вторых, после того, как товары будут произведены, их необходимо выпустить в продажу, чтобы их увидели потребители. В-третьих, понятия спроса и предложения должны функционировать в тесной гармоничной взаимосвязи.

Благодаря поддержанию баланса в данной области, происходит воздействие на само производство (например, в количестве и разнообразии конечной продукции). В-четвертых, необходимо совершенствовать и улучшать технологическую составляющую производства, с целью сокращения издержек обращения. В-пятых, большая роль уделяется маркетинговой составляющей, которая работает над совершенствованием товара (определением цены, корректировкой работы служб сервиса и так далее). 2) товар – это какой-либо продукт трудовой деятельности, который предназначен для обмена и продажи. 3) обмен – это перемещение

---

<sup>1</sup> Алексина, С.Б. Мерчандайзинг / С.Б. Алексина. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – С. 46

данных готовых товаров. 4) деньги – это всеобщая категория обмена, какая-либо фиксированная стоимость товара, которая выступает эквивалентом другим продуктам труда. 5) товароведение – это дисциплина научной деятельности, которая рассматривает товар и его свойства, категории влияющие на него, а так же осуществляет контроль за качеством произведенного товара<sup>2</sup>.

Если рассматривать коммерцию, как категорию научной деятельности, то можно выделить несколько понятий, на которых базируется сама дисциплина и процессы внутри нее. Так, главной целью коммерции принято считать получение прибыли. Стоит сказать, что прибыль может носить характер вложений, когда для дальнейшего развития предприятия было решено вложить заработанные деньги в расширение и развитие объекта. Таким образом, можно сказать, что коммерция способствует удовлетворению потребностям всего общества, способствуя развитию и совершенствованию рынка.

Для более эффективной работы и большей прибыли, в коммерции существуют понятия организации, собственности, потребности, ресурсы, закупка, обслуживание и так далее. Организация – это самое основное понятие в коммерческой деятельности, она организует и согласует работу коммерции.

Чаще всего коммерческая деятельность рассматривается с точки зрения системного подхода, так как он является наиболее удобным и наглядным. Так, коммерция рассматривается с точки зрения связи элементов и свойств, как целостная система. Так же возможно рассмотреть коммерцию с точки зрения математических методов. Здесь основные показатели характеризуют понятия купли и продажи. Так же возможно

---

<sup>2</sup> Шеменева, О.В. Организация предпринимательской деятельности / О.В. Шеменева. – М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012. – С. 97

создавать прогнозы и модели, связанные с рыночной экономикой (например, развитие спроса и предложения или использование ресурсов).

Выше уже было затронуто понятие маркетинга, который помогает в развитии покупательского спроса, усовершенствования товара на рынке и его конкурентоспособность. В данной области важно отметить, что коммерция и маркетинг имеют одну схожую цель, которая их объединяет в своей деятельности – это получение прибыли. С этой же точки зрения можно говорить и о желании удовлетворения нужд потребителя – данная задача тоже является общей<sup>3</sup>. Сейчас невозможно себе представить какую-либо организацию без деятельности маркетинговой службы.

Большую роль в том, чтобы суметь добиться большинства поставленных целей, играет менеджмент. Работа данной области предприятия помогает помочь нужды компании, ее сильные и слабые стороны, суметь развиваться быстро и качественно<sup>4</sup>. Управлять экономикой сложно, поэтому менеджмент развивает устойчивые области для стойкой работы компании и коммерческой деятельности.

### **Использованные источники**

1. Алексина, С.Б. Мерчандайзинг / С.Б. Алексина. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 152 с.
2. Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность // Высшая школа, №15. – 2020. – С. 110-124
3. Дашков, Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью / Л.П. Дашков. – М.: Дашков и К, 2012. – 688 с.
4. Шеменова, О.В. Организация предпринимательской деятельности / О.В. Шеменова. – М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012. – 296 с.

---

<sup>3</sup> Дашков, Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью / Л.П. Дашков. – М.: Дашков и К, 2012. – С. 110

<sup>4</sup> Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность // Высшая школа, №15. – 2020. – С. 121