

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Актуальность данной статьи заключается в важности взаимоотношения и развития хозяйственных связей между производством и потреблением на товарном рынке Республики Беларусь для доведения до потребителей необходимой им продукции.

The relevance of this article lies in the importance of the relationship and development of economic ties between production and consumption in the product market of the Republic of Belarus of products they need to consumers.

Ключевые слова: хозяйственные связи; коммерческая деятельность; организации; предприятия; отношения; рынок; товар.

Key words: economic ties; commercial activities; organizations; enterprises; relations; market; goods.

В условиях развития рыночных отношений перед торговыми и производственными организациями встают проблемы обеспечения надлежащей конкурентоспособности на рынке товаров и услуг. Для этого необходимо знать, как работать с потребителями, оценивать сильные и слабые стороны коммерческой деятельности.

Коммерческая деятельность базируется на теоретических и практических знаниях вопросов организации и техники осуществления коммерческих операций. Коммерческие операции на потребительском рынке обслуживают процесс обмена (купли-продажи). Ведь через коммерческую деятельность устанавливаются связи изготовителей продукции (товаров) с их потребителями (покупателями). Для успешной коммерческой деятельности важно правильно выделить стратегические цели и способы их достижения, а это возможно при наличии компетентных специалистов, способных принимать обоснованные решения. В настоящее время благополучие и коммерческий успех торговой организации всецело зависят от того, насколько эффективна ее деятельность, она должна быть ориентирована только на прибыльное, рентабельное хозяйствование, так как организация несет всю полноту экономической ответственности за свои решения и действия [1–5].

Коммерческая деятельность субъектов хозяйствования требует смещения акцентов с технологических аспектов выполнения коммерческих операций на инновационный, творческий подход к решению стратегических и текущих задач. В современных условиях уже недостаточно четко следовать предписаниям инструкций, владеть технологией выполнения коммерческих операций, знать теорию и опыт работы коммерческих организаций. Специалисты коммерческих служб должны творчески мыслить и адаптироваться к конкретным рыночным условиям.

В процессе продвижения товаров на рынок торговля выполняет связующие функции между производством и потребителями. Возникающие между ними взаимоотношения называются хозяйственными связями.

Хозяйственные связи включают экономические, организационные, коммерческие, правовые, административные и другие отношения, складывающиеся между покупателями и продавцами в процессе поставок товаров. В настоящее время благополучие и коммерческий успех торговых организаций всецело зависят от того, насколько эффективна деятельность, она должна быть ориентирована только на прибыльное, рентабельное хозяйствование, так как организация несет всю полноту экономической ответственности за свои решения и действия. В сложной системе хозяйственных связей важное значение имеют связи промышленности и торговли, с помощью которых обеспечивается конечная реализация части общественного продукта, направленного на личное потребление. В современных условиях устраняется излишняя регламентация хозяйственных связей между поставщиками и покупателями, уступая место их самостоятельному регулированию. Хозяйственные связи поставщиков и покупателей должны строиться на основе равноправия деловых партнеров, хозяйственной самостоятельности промышленных и торговых предприятий, строгой материальной и финансовой ответственности за выполнение принятых обязательств.

Хозяйственные связи отдельных организаций торговли и предприятий промышленности выражают связи между производством и потреблением. Это предопределяет их экономическую сущность, которая заключается в организации производства и доведении до потребителей необходимых им товаров в требуемом ассортименте и количестве. Приобретая или отказываясь от покупки и предложенных ему изделий по определенной цене, потребитель товара осуществляет экономическую оценку эффективности совместной деятельности предприятий промышленности и организаций торговли. Эффективно действующая система хозяйственных связей позволяет обеспечивать оптимальное использование всех ресурсов экономики при максимально возможном удовлетворении потребительского спроса.

Новые условия хозяйствования требуют появления нового типа коммерческого работника: инициативного, предприимчивого, экономически грамотного, способного идти на оправданный риск и нести ответственность за результаты своей деятельности. Для повышения экономической обоснованности заключения договоров с покупателями продукции должны использоваться современные методы изучения и прогнозирования спроса, расширяться сфера прямых длительных хозяйственных связей с производителями сырья, материалов и покупателями выпускаемой продукции. В современных условиях партнеры по поставкам продукции строят свои отношения на принципах равноправия, хозяйственной самостоятельности, строгой материальной и финансовой ответственности сторон за принятые обязательства по сделкам.

В условиях развития рыночных отношений перед торговыми организациями встают проблемы обеспечения надлежащей конкурентоспособности на потребительском рынке, бесперебойной торговли всеми товарами в соответствии с ожидаемым покупательским спросом. Именно рациональная организация хозяйственных связей является одним из ключевых моментов торговой деятельности.

Система хозяйственных связей торговли с промышленностью – важнейшая составная часть хозяйственного механизма страны. Это взаимодействие предприятий, объединений, отраслей народного хозяйства с потребителями продукции. Рациональные хозяйственные связи способствуют планомерному развитию экономики, сбалансированности спроса и предложения. Осуществляется своевременная поставка товаров народного потребления и продукции производственного назначения покупателям.

Система хозяйственных связей включает, в частности, участие торговых организаций в разработке промышленными предприятиями (объединениями, фирмами) планов производства товаров посредством представления заявок и заказов; хозяйственные договоры; контроль за соблюдением договорных обязательств; применение экономических санкций; участие в работе товарных бирж и оптовых ярмарок; проверку качества (экспертизу) поставляемых товаров; ус-

тановление оптимальных финансовых взаимоотношений; применение административно-правовых норм и другие взаимоотношения.

Объективной причиной таких связей является общественное разделение труда, что, в свою очередь, вызывает необходимость обмена между различными сферами общественного производства. При этом обмен не создает различия между сферами производства, а устанавливает связь между различными сферами, превращает их в более или менее зависимые друг от друга отрасли совокупного общественного продукта. Кроме того, хозяйственные связи имеют и территориальный аспект, поскольку определенные отрасли производства закрепляются за определенными районами страны.

Формирование хозяйственных связей, их общее количество и сложность находятся под влиянием множества разнообразных факторов.

Наиболее существенные факторы следующие:

- масштабы общественного производства и сложность его отраслевой структуры;
- процесс углубления специализации и производственной кооперации в промышленности;
- ассортимент, объемы и качество производимой и потребляемой продукции.

От того, каким образом сформированы хозяйственные связи, от их структуры и организации во многом зависят экономические показатели сферы обращения.

Сложность проблемы организации хозяйственных связей между поставщиками и потребителями состоит в том, что в стране имеются сотни тысяч предприятий и организаций, находящихся в деловых многообразных контактах друг с другом, связанных обязательствами по взаимным поставкам продукции.

В широком смысле цель механизма хозяйственных связей – обеспечение объемной и структурно-ассортиментной сбалансированности между производством конкретных видов товаров и услуг и потребностями в них как общества в целом, так и отдельных сегментов потребителей. Он должен однозначно ориентировать товаропроизводителей на усиление адресности производства с учетом запросов потенциального потребителя с совершенно определенными, качественно-индивидуальными требованиями к производимым товарам.

В более узком смысле цель механизма хозяйственных связей состоит в согласовании экономических интересов всех участников, с одной стороны, и их частных интересов с общественными, с другой. Для того, чтобы реализовать эту цель, необходимо прежде всего выпускать именно те товары и в таких количествах, которые нужны обществу, а также выгодны производству и торговле, дают наибольший социально-экономический эффект в потреблении.

Поэтому в процессе реализации хозяйственных связей должны быть поставлены и успешно решены следующие задачи:

- своевременный и точный учет изменений потребностей рынка и спроса населения, чтобы наиболее полно учесть их при планировании, непосредственной организации производства и реализации потребительских товаров (таким образом, будет реализован маркетинговый подход – производить и продавать то, что пользуется спросом);
- обеспечение согласованности действий товаропроизводителей и торговых организаций при формировании объемов, структуры производства и продажи в процессе товародвижения;
- обеспечение экономической заинтересованности субъектов хозяйствования при производстве и реализации товаров.

С учетом цели и перечисленных задач определяется структура механизма хозяйственных связей. Механизм хозяйственных связей торговли с поставщиками имеет весьма сложную структуру. Он состоит из трех взаимосвязанных частей: организационной, договорной и экономической. Они образуют органическое единство, целостную систему, каждый элемент которой, выполняя свои специфические функции, дополняет другие и обеспечивает эффективное функционирование всего механизма хозяйственных связей торговли.

Связи торговли и промышленности являются составной частью всего хозяйственного механизма страны. Однако хозяйственный механизм в целом является более сложным и комплексным понятием, он влияет на форму и содержание связей конкретных предприятий и организаций через систему административных и экономических методов управления.

Таким образом, хозяйственные связи – важнейшая составная часть хозяйственного механизма страны, представляющая совокупность форм, методов и рычагов взаимодействия предприятий, объединений, фирм, отраслей народного хозяйства с потребителями продукции. Рациональные хозяйственные связи способствуют планомерному развитию экономики, сбалансированности спроса и предложения, своевременной поставке продукции и товаров народного потребления покупателям. Хозяйственные связи устанавливаются между органами управления,

отдельными хозяйственными единицами государственной, кооперативной, частной торговли. В результате образуется многозвенная система со сложнейшими переплетениями прямых и обратных связей, которые регулируются законодательными и нормативными документами. Несмотря на имеющиеся проблемы в осуществлении рациональных хозяйственных связей, обусловленных объективными и субъективными причинами, в республике уделяется внимание повышению их эффективности. К источникам поступления товаров относят отрасли народного хозяйства, вырабатывающие различные товары народного потребления (сельское хозяйство, предприятия агропромышленного комплекса, предприятия легкой, пищевой, мясо-молочной продукции, рыбного хозяйства). К поставщикам товаров относят конкретные предприятия различных источников поступления, тех или иных отраслей народного хозяйства, различных сфер производственной и экономической деятельности, вырабатывающих товары и услуги.

Взаимоотношения торговых организаций Республики Беларусь характеризуются наличием множества серьезных проблем. Они могут быть объяснены, в первую очередь, неразвитостью подлинно рыночных отношений, монопольным положением производителей отдельных видов продукции, отсутствием равноправных условий между торговыми и промышленными предприятиями. В определенной мере это обусловлено политикой поддержания интересов национальных производителей и защиты внутреннего рынка, обеспечивающей решение этой проблемы только в краткосрочном периоде за счет ущемления интересов торговли и потребителей.

Список использованной литературы

1. **Башаримова, С. И.** Коммерческая деятельность : учеб. пособие / С. И. Башаримова, М. В. Дасько. – Минск : Беларусь, 2010. – 295 с.
2. **Виноградова, С. Н.** Коммерческая деятельность : учеб. / С. Н. Виноградова, О. В. Пигунова. – Минск : Выш. шк., 2012. – 288 с.
3. **Гасанова, Т. В.** Экономика торговли : учеб. пособие / Т. В. Гасанова. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп, 2015. – 132 с.
4. **Хозяйственные** связи с покупателями [Электронный ресурс]. – Организация хозяйственных связей оптовых предприятий с покупателями. Хозяйственные связи с покупателями. – Режим доступа : <http://www.otherreferats.allbest.ru>. – Дата доступа : 12.09.2020.
5. **Хозяйственные** связи – система связей предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.grandars.ru>. – Дата доступа : 12.09.2020.