

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ МОЛОДЁЖИ О РОЛИ КОММЕРЧЕСКОГО ДИРЕКТОРА

Куринова Елизавета Сергеевна
СПбГЭУ, Санкт-Петербург
lisaksss0@gmail.com

ВВЕДЕНИЕ

В современном обществе молодежь играет все более важную роль в экономике и бизнес-среде. Многие заинтересованы в том, как работает коммерческий директор и какую роль он играет в компании. Некоторые могут даже не знают о такой должности и не предполагают выполняемые функции.

В рамках научной статьи были поставлены следующие задачи:

- дать определение данной профессии, перечислить необходимые навыки и обязанности;
- структурировать различие между коммерческим директором и другими должностями;
- обосновать необходимость или ненужность данной должности;
- рассмотреть представление молодежи о роли коммерческого директора в современных условиях с анализом проведенного опроса.

Целью научной работы является расширение знаний о данной профессии и выявление осведомленности молодёжи в виде студентов о должности коммерческого директора.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛЖНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО ДИРЕКТОРА. НЕОБХОДИМЫЕ НАВЫКИ И ЛИЧНОСТНЫЕ КАЧЕСТВА, ВЫПОЛНЯЕМЫЕ ОБЯЗАННОСТИ

Коммерческий директор - это высшая должность во многих компаниях, которая отвечает за развитие и рост бизнеса. В современных условиях его роль становится все более важной, так как компании сталкиваются с ростом конкуренции и изменением рыночных условий. Коммерческий директор – это человек, ответственный за формирование и реализацию коммерческой стратегии организации. Он имеет решающее значение для успешного функционирования бизнеса, поскольку формирует стратегию, основываясь на маркетинговых исследованиях и анализе конкурентов.[1]

Необходимые навыки и выполняемые обязанности.

Эффективная деятельность отделов продаж, закупок, маркетинга, связей с общественностью и логистики зависит от работы коммерческого директора, который отвечает за окупаемость бизнеса на старте и увеличение продаж в будущем. Ежедневно коммерческий директор:

- анализирует текущее состояние дел;
- находит ошибки в операционных процессах и реагирует на них;
- принимает участие в разработке стратегии развития;
- изучает финансовые возможности бизнеса;
- нанимает специалистов и руководит их обучением;
- выстраивает маркетинговую стратегию и распределяет рекламный бюджет.

Коммерческий директор является ключевым членом команды, который играет важную роль в успешном развитии и прибыльности бизнеса. Он отвечает за оптимизацию расходов для повышения показателей прибыли. Проще говоря, выстраивает стратегии, как потратить меньше, а заработать больше с поддержанием качества предоставляемых услуг или продукции.

Коммерческий директор занимается продвижением товаров или услуг компании и работает в тесном сотрудничестве с маркетинговым, продуктовым и операционным подразделениями.

Его задачами являются определение стратегии и тактики продаж, анализ конъюнктуры, организация продаж, в том числе с целью увеличения доходов, управление командой продаж, привлечение новых клиентов и удержание имеющихся.

Российский рынок характеризуется высокой конкуренцией и отсутствием ясных и однозначных правил. Это делает работу коммерческого директора особенно важной на этом рынке, так как ему необходимо иметь четкое понимание конъюнктуры и быстро реагировать на изменения. Коммерческий директор, который имеет опыт и знания, которые применяет на практике, может быть ключевым игроком в успехе компании.[3]

Личностные качества.

При отборе претендентов на должность не только учитывают их образование, опыт работы, навыки и умения, но и обращают внимание на личностные характеристики. В своем резюме следует отразить умение налаживать контакты с другими людьми, высокую интуитивность, умение успешно управлять конфликтными ситуациями и убеждать других в своей точке зрения. Всё это связано с общением с контрагентами, которое происходит после анализа их экономических и финансовых показателей с целью выявления перспективы дальнейшей работы с ними.

Коммерческий директор должен быть руководителем и иметь высокий уровень мотивации, стрессоустойчивости и коммуникативных навыков. Он также должен обладать знаниями в области маркетинга, продаж и уметь пользоваться современными технологиями.

Работодатели ценят устойчивость к стрессовым ситуациям, контактность, общительность, склонность к самоусовершенствованию. Кроме того, важны аналитические способности, хорошая память и объективность при оценке ситуации. Приоритет отдают кандидатам, которые умеют защищать свои интересы, имеют свое мнение и не идут «на поводу» во всем у начальства. Один из обязательных навыков — лидерские качества, а также ответственность, аккуратность и направленность на достижение целей.[4]

2. РАЗЛИЧИЕ МЕЖДУ КОММЕРЧЕСКИМ ДИРЕКТОРОМ И ДРУГИМИ ДОЛЖНОСТЯМИ, ЗАНИМАЕМЫМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Ознакомившись с основным понятием и обязанностями должности коммерческого директора, следует разграничить зону ответственности и функции в системе работы организации разных директоров.

2.1. Отличие коммерческого директора от финансового

Зачастую коммерческого директора называют «правой рукой» генерального директора, а финансового — «левой». Незнающие люди интересуются, чем отличается финансовый директор от коммерческого. Несмотря на наличие сходств между этими профессиями, они имеют значительные различия: финансовый директор занимается управлением денежными потоками на предприятии, в то время как коммерческий директор отвечает за сбыт и продвижение продукции.

Финансовый директор ответственен за управление финансами компании. Его главная задача - обеспечить финансовую стабильность и успех компании через эффективное управление финансовыми ресурсами. Он разрабатывает стратегии по сбору, управлению и распределению денежных средств, занимается налоговыми вопросами, анализом финансовой отчетности и оценкой рисков.

Роль финансового директора включает в себя:

1. Создание бюджета - определение расходов и доходов компании;
2. Руководство бухгалтерскими, экономическими и административными работами;
3. Анализ отчетов;

4. Объяснение финансовых показателей - перевод цифр в понятный язык;
5. Поиск точек роста и подача предложений по развитию - предложение мероприятий для эффективного использования ресурсов.

Финансовый директор руководит отделом бухгалтерии, включая главного бухгалтера и других сотрудников.

Коммерческий директор ответственен за развитие бизнеса компании и увеличение ее прибыли. Он занимается разработкой маркетинговых стратегий, работы с клиентами, определением целевой аудитории, анализом конкурентов, планированием продаж и дистрибуции продукции. Кроме того, коммерческий директор следит за соответствием бизнеса компании требованиям рынка и выступает как представитель компании во внешних контактах.

Под руководством коммерческого директора работают маркетологи, менеджеры по продажам и специалисты отдела логистики.

2.2. Отличие коммерческого директора от исполнительного директора

Основная разница проявляется в их обязанностях: исполнительный директор - это заместитель главы компании, чья задача заключается в выполнении поручений генерального директора и владельца бизнеса.

Задачи исполнительного директора:

- Разработка и внедрение стратегии развития, в тесном сотрудничестве с высшим руководством, определение целей и задач на будущее;
- Отвечает за операционную деятельность, контролирует, как персонал выполняет ежедневные задачи;
- Организует и проводит совещания, определяет вопросы, которые будут обсуждаться на собраниях, и назначает ответственных лиц за их выполнение.

Перед исполнительным директором руководителями всех подразделений и всем персоналом.

2.3. Отличие коммерческого директора от директора по продажам

Директор по продажам и коммерческий директор выполняют схожие задачи, но их ответственности могут отличаться. Директор по продажам отвечает за увеличение продаж конкретных товаров и услуг, разрабатывает стратегии продаж, нанимает и обучает продажных менеджеров, устанавливает цели по продажам и анализирует продажи на предмет улучшения стратегий.

Коммерческий директор работает с более широким кругом задач, кроме продаж он занимается логистикой, закупками, маркетингом и другими областями. Кроме того, коммерческий директор обычно отвечает за более крупных клиентов и за налаживание с ними долгосрочных партнерских отношений, в то время как директор по продажам может заниматься и мелкими продажами. и сделками с более незначительными клиентами.[5]

2.4. Отличие коммерческого директора от директора по развитию

Работа директора по развитию заключается в формировании и реализации программ развития, обеспечении конкурентоспособности и повышении доходности организации. Директор принимает решения относительно открытия новых филиалов и исследования потенциала для инновационной продукции.

Основные задачи директора по развитию включают:

- установление долгосрочных и среднесрочных целей для развития бизнеса;
- оценка эффективности и позиции фирмы на рынке с анализом продаж и внесения коррективы в планы продвижения в случае необходимости;
- изучение потребностей клиентов и на основе этого анализа предложение новых продуктов для разработки.

Директор по развитию отвечает за стратегический рост компании. Это может включать в себя выявление новых рынков и возможностей в плане продукции, установление новых партнерских отношений, изучение и анализ конкуренции, разработку стратегии

слияний и поглощений и т.д. Директор по развитию обычно также отвечает за управление проектами, связанными с развитием компании, и за привлечение инвестиций.

В подчинении у директора по развитию находятся маркетологи, сотрудники отдела продаж и начальники производственных участков.

Коммерческий директор фокусируется на продажах и маркетинговых стратегиях компании. Он отвечает за создание и реализацию плана продаж, а также за налаживание партнерских отношений с клиентами и поставщиками. Коммерческий директор также обычно отвечает за управление отделом продаж и маркетинга, включая подбор, обучение и мотивацию персонала.

Таким образом, можно сказать, что коммерческий директор отвечает за текущую коммерческую деятельность компании, а директор по развитию — за ее будущее развитие.

2.5. Отличие коммерческого директора от директора по маркетингу

Для роста продаж, компания должна узнавать, в чём нуждается ее целевая аудитория. Руководитель отдела маркетинга разрабатывает и проводит рекламную кампанию, выбирает наиболее эффективные инструменты маркетинга, и работает над выбором каналов распространения информации о товаре или услуге.

Основными обязанностями менеджера по маркетингу являются:

- Разработка рекламной стратегии, включая выбор инструментов продвижения, распределение бюджета и оценку результатов рекламной кампании;
- Изучение потребностей целевой аудитории, создание портретов покупателей и проведение рекламных мероприятий в соответствии с ними;
- Участие в ценообразовании, анализ стоимости аналогичных товаров на рынке и предложение идей по формированию цены;
- Задание маркетинговой политики компании, определение долгосрочных стратегий продвижения бренда на рынке.

Коммерческий директор - это высокопоставленный менеджер, чья задача заключается в управлении всеми коммерческими аспектами компании, включая продажи, маркетинг, бизнес-развитие и управление клиентскими отношениями. Он отвечает за увеличение объемов продаж, привлечение новых клиентов, оптимизацию ценообразования, контроль за бюджетом и дистрибуцией продуктов или услуг.

Директор по маркетингу ответственен за разработку и реализацию стратегии маркетинга компании, увеличение узнаваемости бренда, привлечение новых клиентов и удержание текущих. Его задачами являются разработка маркетинговых кампаний, выбор каналов рекламы, позиционирование продуктов и услуг на рынке, изучение сегментации и анализ конкурентов.[2]

Таким образом, коммерческий директор занимается больше общими вопросами по экспансии бизнеса, в то время как директор по маркетингу - специализирован в вопросах продвижения товара или услуг и отвечает за специфические стратегии маркетинга и рекламы.

Сравнивая обязанности, подотчетный штаб сотрудников и зону ответственности разных директоров, можно сделать вывод о том, что коммерческий директор участвует практически во всех процессах организации. Где-то степень его профессиональной вовлеченности проявляется в большей степени, где-то в меньше. Фактически коммерческий директор следит за всеми процессами, протекающими на предприятии, что в общей сложности делает круг его обязанностей особенно широким.

3. НЕОБХОДИМОСТЬ ИЛИ НЕНАДОБНОСТЬ В ДОЛЖНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО ДИРЕКТОРА ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Роль коммерческого директора может отличаться в зависимости от типа компании и ее размеров. В крупных компаниях он имеет более стратегическую роль и работает с более

крупными группами людей, а в малых компаниях он может быть более универсальным специалистом в лице даже учредителя.

Коммерческий директор занимает значимое место в организации, но это в случае, если предприятие крупное. В данном разделе будут рассмотрены случаи, в которых предприятие может не нанимать такого специалиста.

В некоторых случаях компания может не нуждаться в должности коммерческого директора, в частности, если:

1. Компания является небольшой и не имеет продажного отдела, поскольку продажи обрабатывает руководитель компании.

Есть много примеров компаний, которые начинают свой бизнес в маленьком масштабе и не имеют продажного отдела или должности коммерческого директора. Некоторые такие компании предпочитают, чтобы их руководитель сам обрабатывал продажи, поскольку это позволяет им:

- Удерживать контроль над бизнесом

Если руководитель компании обрабатывает продажи, ему необходимо вникать во все детали продажного процесса и понимать потребности клиентов. Это помогает ему контролировать все аспекты бизнеса и принимать быстрые решения на основе накопленного опыта.

- Сократить затраты на персонал

Когда компания является маленькой, ей не нужно нанимать коммерческого директора, что позволяет сократить расходы на персонал. Руководитель компании может быть наиболее эффективным решением, когда речь идет об исполнении продаж и управлении бизнесом.

- Развивать более тесные отношения с клиентами

Когда руководитель компании общается с клиентами самостоятельно, он может отслеживать их потребности и особенности более пристально. Это может помочь ему развивать более тесные отношения с клиентами и строить лояльность их к бренду компании.

- Организация может быть более гибком по отношению к изменениям рынка

Когда компания небольшая и управляется ее руководителем, ей легче реагировать на изменения на рынке и адаптироваться к новым требованиям клиентов. Бесплатность в принятии решений и достаточный авторитет, которые есть у руководителя, обеспечивают компании гибкость и способность быстро адаптироваться к изменениям.

2. Организация работает в сфере бизнеса, где продажи низкие или конкуренция невелика, так что управление коммерческими операциями не требуется.

Для понимания утверждения, оно может быть представлено в 4 примерах:

- Компании по производству и продаже хендмейда товаров. Если компания занимается ручной работой, то производство может быть медленным, а продажи низкими, так как такие товары могут быть дороже и иметь ограниченную аудиторию.

- Компании по производству и продаже товаров для веганов или вегетарианцев. В некоторых странах спрос на вегетарианскую еду или веганские товары может быть невысоким, так как многие люди предпочитают продукты животного происхождения.

- Компании, оказывающие услуги, которые не требуют большого количества людей в команде. Например, компания, специализирующаяся на дизайне логотипов. Этот вид услуг достаточно востребован, однако, низкая конкуренция и небольшое количество заказов позволяют компании выполнять задачи без управления коммерческими операциями.

- Компании, оказывающие услуги только для небольшого регионального рынка, например, булочная или пекарня, которые работают только на местном рынке. В этом случае конкуренция, вероятнее всего, не очень высока, и продажи могут быть низкими, но достаточными, чтобы обеспечить устойчивую деятельность компании.

3. Компания уже имеет достаточно опытных менеджеров, находящихся на должностях, связанных с продажами, из-за чего нет необходимости вводить новую должность.

Данное утверждение может быть тоже разобрано для понимания на примерах, когда компания, возможно, не нуждается в новой должности коммерческого директора:

- Компания уже имеет успешную команду менеджеров по продажам, которые четко понимают свои обязанности и выполняют их эффективно. В этом случае существующая команда менеджеров достаточно компетентна, чтобы управлять всеми аспектами продаж.

- Компания работает в небольшой отрасли, где конкуренция не слишком высока, и рынок относительно стабилен. В такой ситуации у компании может уже быть достаточно опытных менеджеров в области продаж и маркетинга, чтобы успешно справляться со всеми задачами.

- Компания имеет четкую систему управления, которая позволяет эффективно распределять обязанности между различными менеджерами, включая менеджеров по продажам. В таком случае нет необходимости вводить новую должность, потому что уже существующая команда может успешно выполнять поставленные цели.

- Компания работает в сфере услуг, где важными критериями успеха являются высокое качество обслуживания клиентов и глубокое понимание потребностей клиентов. В таком случае компания может иметь уже сформированную команду менеджеров по продажам, которая имеет специализированные навыки и опыт работы с клиентами, что позволяет ей успешно управлять продажами без необходимости введения новой должности коммерческого директора.

4. Компания может вести продажи в ином формате, например, через онлайн-маркетинг, благодаря чему ей не нужен коммерческий директор.

Существует несколько примеров, когда компания может вести продажи в ином формате и не иметь коммерческого директора:

- Компания, занимающаяся онлайн-торговлей, может использовать онлайн-маркетинг и социальные сети для продвижения продуктов и услуг, без привлечения традиционных методов продаж, таких как встречи с клиентами и убеждение их покупать товары.

- Венчурная компания, специализирующаяся на инвестировании в стартапы, может не нуждаться в коммерческом директоре, так как ее бизнес-модель ориентирована на инвестирование в перспективные стартапы и получение прибыли от их продажи в будущем.

- Компания, предоставляющая закрытые услуги бизнес-клиентам, например, в области консалтинга или юридических услуг, может использовать онлайн-маркетинг для привлечения новых клиентов, без необходимости вступать в контакт с ними лично и тратить время на убеждение в выборе услуг компании.

Во всех этих случаях компания может использовать различные онлайн-инструменты и технологии для эффективного продвижения своих товаров и услуг без необходимости нанимать коммерческого директора.

Однако, в большинстве случаев должность коммерческого директора является важной, обеспечивая эффективное управление и максимизацию прибылей.

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

4. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ МОЛОДЁЖИ О РОЛИ КОММЕРЧЕСКОГО ДИРЕКТОРА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ И АНАЛИЗ ПРОВЕДЁННОГО ОПРОСА

Чтобы посмотреть реальное представление молодёжи, а именно студентов, обучающихся на 1-4 курсах направления «Торговое дело» СПбГЭУ, был проведён опрос. Выборка составила 35 опрошиваемых, что дало возможность сделать выводы о представлении респондентов о должности коммерческого директора.

На рисунке 1 можно увидеть соотношение опрошенных студентов.

Студентом какого курса вы являетесь?
35 ответов

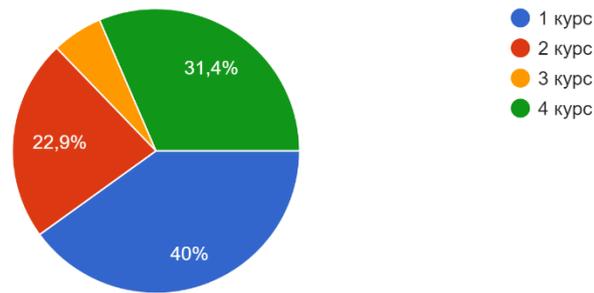


Рис.1. Соотношение опрошиваемых студентов направления «Торговое дело» СПбГЭУ

Второй и третий вопросы являлись основополагающими, так как ответы на них давали понять, что в представлении студентов можно отнести к основным обязанностям коммерческого директора.

На вопрос о роли коммерческого директора были представлены следующие варианты ответа:

-Ответственный за формирование и реализацию коммерческой стратегии организации;

-Проводит анализ конкурентов;

- Ведёт переговоры с деловыми партнёрами;

-Проводит стратегию увеличения доходов и снижения расходов организации.

С результатами опроса и соотношением ответов можно ознакомиться на Рис.2.

Какую роль, по вашему мнению, выполняет коммерческий директор в организации?
35 ответов

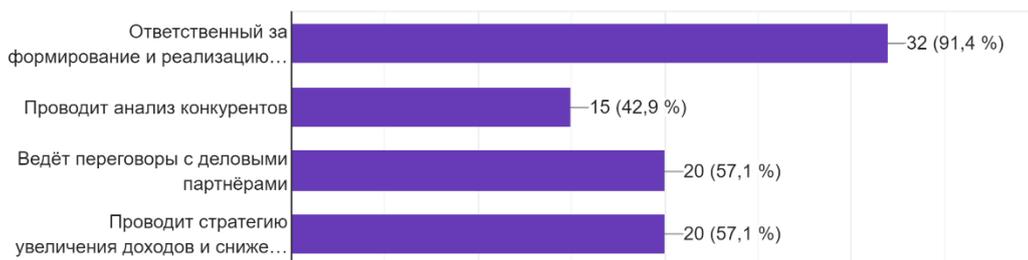


Рис.2. Соотношение ответов на вопрос «Какую роль, по вашему мнению, выполняет коммерческий директор в организации?»

Большее количество опрошенных считает, что коммерческий директор несет ответственность за формирование и реализацию коммерческой стратегии организации. Одинаковыми по соотношению являются ответы: «Ведёт переговоры с деловыми партнёрами» и «Проводит стратегию увеличения доходов и снижения расходов организации». Меньшее количество респондентов считает, что коммерческий директор в рамках своих основных обязанностей должен проводить анализ контрагентов.

На самом деле коммерческий директор выполняет все предложенные обязанности. Такой выбор был предоставлен с целью выявить, что по мнению студентов является основополагающим.

На третий вопрос о задачах, которые стоят перед коммерческим директором в ходе продвижения товаров или услуг организации, были представлены следующие варианты ответов, с которым можно ознакомиться на Рис.3.

Какие задачи стоят перед коммерческим директором в процессе продвижения товаров или услуг компании?

35 ответов

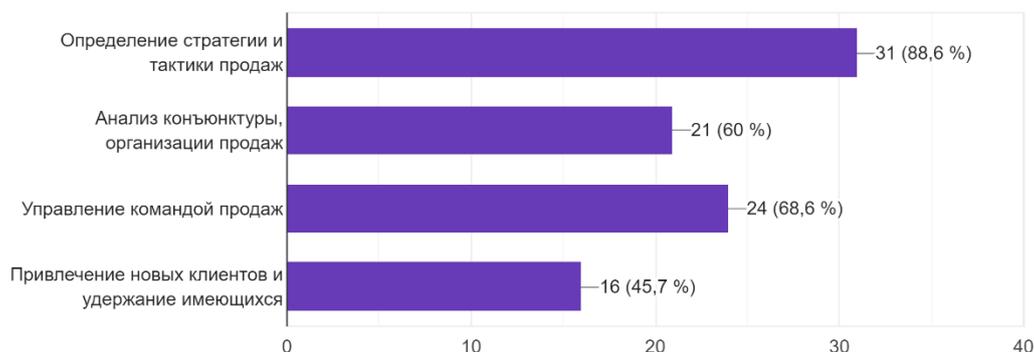


Рис.3. Соотношение ответов на вопрос «Какие задачи стоят перед коммерческим директором в процессе продвижения товаров или услуг компании?»

Из результатов видно, что большинство респондентов главной задачей коммерческого директора видят определение стратегии и тактики продаж при продвижении на рынке товаров или услуг. Не менее важными задачами считают управление командой продаж и анализ конъюнктуры рынка, организации продаж. Скорее всего именно эти 3 задачи ассоциируются с данной должностью, так как со словом «директор» на ум приходят именно такие слова: тактика, управление, анализ.

Менее всего ответов получено по варианту ответа «привлечение новых клиентов и удержание имеющихся». Коммерческий директор анализирует и оценивает финансово-экономическое состояние контрагентов, из чего как раз и следует то, что он ведёт переговоры с ними.

В третьем вопросе так же, как и во втором, все варианты ответов верные, что сделано для того, чтобы выявить, какие задачи коммерческого директора опрашиваемые считают основополагающими.

Четвертый вопрос был связан с личностными характеристиками коммерческого директора, которые уже упоминались выше.

С результатами можно ознакомиться на Рис.4.

Какие качества должен обладать коммерческий директор, чтобы успешно выполнять свою роль в организации?

35 ответов

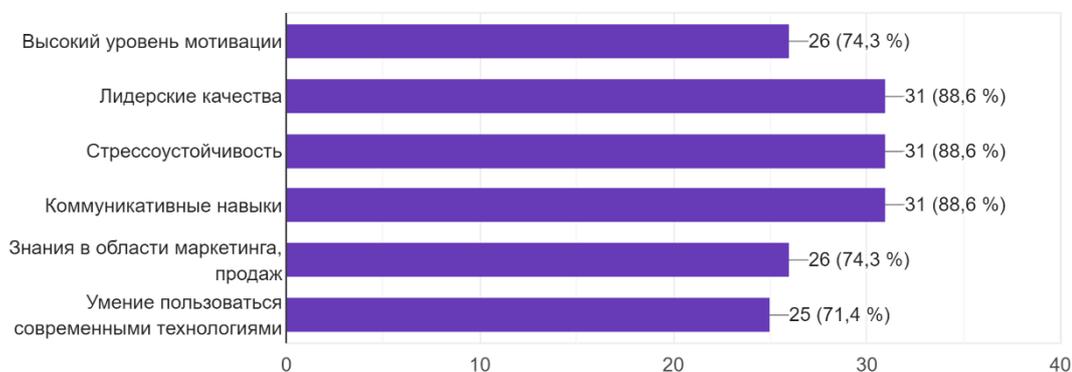


Рис.4. Соотношение ответов на вопрос: «Какими качествами должен обладать коммерческий директор, чтобы успешно выполнять свою роль в организации?»

Одинаковое количество ответов (31) из выборки в 35 человек получили варианты: «лидерские качества», «стрессоустойчивость» и «коммуникативные навыки». Это связано с тем, что директор должен «вести» за собой целые штабы сотрудников, быть готовым к

непредвиденным ситуациям, а также он должен уметь находить общий язык, как с сотрудниками, начальством, так и с контрагентами и конкурентами.

«Высокий уровень мотивации» и «знания в области маркетинга, продаж» собрали также одинаковое количество ответов (26).

На один голос меньше, и следовательно, самым непопулярным ответом (25) стал вариант «умение пользоваться современными технологиями». Однако коммерческий директор, как и другие сотрудники, должен «иди в ногу» со временем и пользоваться программами, которые регулярно обновляются.

Пятый вопрос ставил своей целью выяснить, считают ли опрошиваемые коммерческого директора важной должностью на каждой конкретной организации. (Рис.5). Звучал он таким образом: «Согласны ли вы, что роль коммерческого директора каждой конкретной организации важна в рамках экономики РФ, так как выполнение его функций дает возможность четко понимать конъюнктуру рынка и быстро реагировать на изменения?».

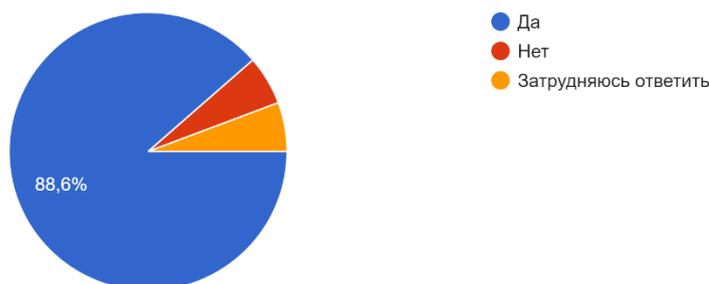


Рис.5. Соотношение ответов на вопрос: «Согласны ли вы, что роль коммерческого директора каждой конкретной организации важна в рамках экономики РФ, так как выполнение его функций дает возможность четко понимать конъюнктуру рынка и быстро реагировать на изменения?»

Практически 90% опрошенных ответили утвердительно, так как улучшение экономики, повышение показателей ВВП и рыночные отношения так или иначе могут эффективно проявляться только при развитии и росте каждой конкретной организации.

Подводя промежуточный итог, можно сказать, что молодёжь в виде студентов «Торгового дела» СПбГЭУ достаточно хорошо ознакомлена с профессией коммерческого директора, но недостаточно глубоко знает весь спектр обязанностей и задач, стоящих перед коммерческим директором.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках проделанной работы можно подвести итог. Коммерческий директор - это высшая должность во многих компаниях, которая отвечает за развитие и рост бизнеса. Коммерческий директор является ключевым членом команды, который играет важную роль в успешном развитии и прибыльности бизнеса. Он отвечает за оптимизацию расходов для повышения показателей прибыли. Проще говоря, выстраивает стратегии, как потратить меньше, а заработать больше с поддержанием качества предоставляемых услуг или продукции.

Главными личностными характеристиками человека, занимающего должность коммерческого директора являются стрессоустойчивость, лидерские качества, коммуникативные навыки. Также важны аналитические способности, хорошая память и объективность при оценке ситуации.

Финансовый директор занимается управлением денежными потоками на предприятии, в то время как коммерческий директор отвечает за сбыт и продвижение продукции. Исполнительный директор - это заместитель главы компании, чья задача заключается в выполнении поручений генерального директора и владельца бизнеса. Директор принимает решения относительно открытия новых филиалов и исследования потенциала для

инновационной продукции. Директор по развитию обычно также отвечает за управление проектами, связанными с развитием компании, и за привлечение инвестиций. Директор по продажам отвечает за увеличение продаж конкретных товаров и услуг, разрабатывает стратегии продаж, нанимает и обучает продажных менеджеров, устанавливает цели по продажам и анализирует продажи на предмет улучшения стратегий. Коммерческий директор работает с более широким кругом задач, кроме продаж он занимается логистикой, закупками, маркетингом и другими областями. Директор по маркетингу разрабатывает и проводит рекламную кампанию, выбирает наиболее эффективные инструменты маркетинга, и работает над выбором каналов распространения информации о товаре или услуге.

В некоторых случаях компания может не нуждаться в должности коммерческого директора, в частности, если:

-Компания является небольшой и не имеет продажного отдела, поскольку продажи обрабатывает руководитель компании;

-Организация работает в сфере бизнеса, где продажи низкие или конкуренция невелика, так что управление коммерческими операциями не требуется;

-Компания уже имеет достаточно опытных менеджеров, находящихся на должностях, связанных с продажами, из-за чего нет необходимости вводить новую должность;

-Компания может вести продажи в ином формате, например, через онлайн-маркетинг, благодаря чему ей не нужен коммерческий директор.

Все поставленные задачи были выполнены во время написания научной работы.

В ходе анализа, проведенного среди студентов опроса, относящихся к молодёжи, было выявлено, что респонденты осведомлены о роли, задачах и качествах коммерческого директора, но не в полной мере.

В процессе написания научной работы все поставленные цели были достигнуты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Audit-it.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.audit-it.ru/terms/trud/kommercheskiy_direktor.html. – Дата доступа: 28.03.2019.
2. СHECKROI [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://checkroi.ru/blog/finansovyy-kommercheskiy-i-drugie-direktora/#Direktor_po_marketingu. – Дата доступа: 27.11.2022.
3. Оу-ли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.ou-li.ru/vazhnost-kommercheskogo-direktora-dlya-kompanii/>.
4. TakeMyTime [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://takemytime.ru/professiya-kommercheskiy-direktor/>.
5. Терехин, К. Книга коммерческого директора / К. Терехин. – Санкт-Петербург: Терехин К., 2007. – 131-136 с.