DOI: 10.17117/na.2016.10.01.319

<http://ucom.ru/doc/na.2016.10.01.319.pdf>

Поступила (Received): 22.10.2016

Цимбал Е.А.

Инновационные подходы к организации коммерческой деятельности транспортных предприятий за рубежом

Tsymbal E.A.

Innovative approaches to the organization of the commerce of transport enterprises abroad

Коммерческая деятельность является частью деятельности предпринимателей в масштабах товарного рынка. Инновационные изменения, которые планируются, должны обязательно иметь проектный характер, а также характеризоваться конкретным порядком выбора и осуществления инновационной стратегии, последовательность должна планироваться, начиная от определения конечной цели и заканчивая её реализацией

Ключевые слова: коммерческая деятельность, инновации, транспорт, логистика, рынок транспортных услуг

The business activity shows a part of activities of entrepreneurs in scales of the goods market. Innovative changes shall be shown as planned actions, and also be characterized by a specific order of the choice and implementation of innovative strategy, the sequence shall have structure, beginning from determination of an ultimate goal and finishing it with realization

Key words: commerce, innovations, transport, logistics, market of transport services

Цимбал Екатерина Александровна

Студент

Новосибирский государственный университет экономики и управления

г. Новосибирск, ул. Каменская, 56

Tsymbal Ekaterina Aleksandrovna

Student

Novosibirsk state university of economics and management

Novosibirsk, Kamenskaya st., 56

Современное состояние мировой экономики характеризуется непрерывным увеличением роли сферы услуг, которая является частью экономики, включающей все виды услуг коммерческого и некоммерческого характера.

В развитых странах именно данная сфера имеет наибольший удельный вес в экономике по такому показателю как количество занятых, значение которого превышает 60%. Традиционно остальными частями экономики позиционируются промышленность, а также сельское хозяйство. Актуальность тематики данного исследования обусловлена тем фактом, что 20% в современном мировом хозяйстве занимает сфера транспортных услуг. Развитие указанной сферы непосредственно связано с темпами развития торговли в мировом масштабе [4, с. 130].

Коммерческая деятельность является частью деятельности предпринимателей в масштабах товарного рынка. Её отличие от предпринимательской

деятельности заключается в том, что в неё не входит непосредственно процесс создания товара, либо оказания каких-то услуг.

Данный вид деятельности заслуженно определяют как одну из фундаментальных основ цивилизации как таковой. Причиной её появления является разделение труда в социуме. Она заключается в практическом осуществлении обширной совокупности взаимоувязанных решений торгово-технологического характера, нацеленных на организацию и реализацию купли / продажи разных товарных категорий, а также предоставление потенциальным покупателям услуг торгового и сопутствующего (дополнительного) плана. В качестве основной цели данного вида деятельности выделяется получение максимальной прибыли [3, с. 61].

Рассмотрим значение транспорта и транспортного обслуживания.

Под транспортом понимается комплекс транспортных средств, различного рода путей сообщения, включая сооружения / устройства на указанных путях, которые в комплексе осуществляют перемещение людей, а также грузов между пунктами назначения.

Транспортное обслуживание, в свою очередь, представляет деятельность транспортных организаций, направленную на организацию процесса доставки того или иного товара от отправителя до получателя данного груза. Оно подразумевает осуществление выбора типа транспорта, направления предстоящих перевозок, конкретного метода транспортировки, а также обслуживания груза в процессе доставки и т.д.

Также в рамках данной статьи кажется необходимым привести понятия инновации и инновационной стратегии.

Инновация (или нововведение) представляет внедренное новшество, которое приводит увеличению в качественном плане эффективности продукции, либо процессов, которые требует рынок. Она являет итоговый результат умственной активности индивида, открытий и изобретений, фантазии, творческого процесса и рационализации.

Под инновационной стратегией понимается совокупность мероприятий, целью которых является результативное использование инновационного потенциала организации, направленных на развитие в долгосрочной перспективе.

Данный вид стратегии позиционируется как один из вероятных методов достижения ряда целей организации, отличаясь от остальных новизной относительно, в первую очередь, самой компании, а также, как вариант, для конкретной отрасли, отдельного рынка и потребительской аудитории. Данный вид стратегии находится в подчинении общей стратегии организации. Именно она является основой целеполагания относительно деятельности инновационного характера, обуславливая выбор путей и инструментария достижения целей, а также источников привлечения необходимых для этого средств.

Современные условия хозяйствования обуславливают объективную необходимость учета возможности использования инновационных идей в целях роста результативности деятельности организации [3, с. 61].

Транспортная организация представляет особенную компоненту транспортно-логистической системы, целью работы которой является организация процесса доставки, перемещения товарно-материальных ценностей (ТМЦ) от одного пункта до другого посредством оптимального маршрута.

Относительно транспортной организации инновации могут осуществляться по значительному перечню направлений, среди которых можно выделить следующие:

- 1) разработка и принятие отраслевых решений, характеризующихся новизной (начиная от транспортно-экспедиционного обслуживания и заканчивая программным и обеспечением, а также оборудованием);
- 2) изменение числа рабочих мест (РМ);
- 3) увеличение степени образованности, а также квалификационного уровня работников;
- 4) оптимальное использование различного вида ресурсов (финансовых, кадровых, материальных и др.);
- 5) рационализация издержек;
- 6) рост требований относительно охраны труда (ОТ);
- 7) совершенствование показателей (качественного плана) работы;
- 8) повышение степени надежности транспортных средств.

Кроме этого залогом и необходимым условием успеха работы транспортной организации выступает высокий уровень конкурентоспособности перечня услуг, которые предлагаются потребителям.

Весь комплекс идей инновационного характера определяют выбор направления инновационной стратегии развития транспортной организации

Выбор инновационной стратегии развития организации подразумевает необходимость оценки всего перечня граней его инновационной деятельности, которая обусловлена разного рода нововведениями. Конкретные факторы, а также условия внешней и внутренней среды транспортной организации обуславливают выбор типа инновационной стратегии: адаптационной, либо творческой. Определимся с содержанием каждой из них.

Стратегия адаптационного типа заключается в осуществлении транспортной организацией только частичных перемен. Эти изменения дают ей возможность совершенствовать уже имеющиеся виды услуг в рамках сформировавшейся в ней организационной структуры управления, а также направлений функционирования. По этой причине описанные инновации представляют собой вынужденную ответную реакцию вследствие воздействия изменения факторов внешней среды организации. Их целью является удержание имеющейся доли рынка. Адаптационная стратегия характеризуется невысокой степенью эффективности в ситуации отсутствия стабильности рыночных отношений.

Категория инновации в экономическом плане являет искусство стратегического развития, которое отвергает все устаревшее. Это деятельность творческого характера с сильно выраженной экономической стороной результата. Опираясь на принцип свободного рынка, категория инновации понимается как создание, а также сохранение в течение длительного периода времени конкурентоспособного преимущества в технологическом/техническом плане. Предоставление качественных услуг с минимальными затратами является обязательным условием. Именно это позиционируется как традиционный признак успешности деятельности на рынке.

Следует акцентировать внимание на том, что финансовая результативность деятельности транспортной организации находится в зависимости не

только от эффективного использования имеющейся финансово-хозяйственной ситуации [2, с. 42].

Значительная часть американских компаний, к примеру, осуществляют непрерывный анализ колебаний спроса, формирование потребностей нового плана. Описанная особенность инновационного массового производства на данный момент времени тесно переплетена с расширением технической базы, которая строится на новых изобретениях. Также она связана с исследованием конкретного рода сбытовых рынков, а потому предполагает не удовлетворение общего спроса как такового, а спроса индивидуального, принимая во внимание личностные потребности.

Возвращаясь к опыту американских компаний, стоит упомянуть, что на сегодняшний день свыше 90% из них имеют в своей структуре маркетинговые службы (изучение рынка) и службы сбыта. На обеспечение их функционирования каждый год тратятся миллиарды долларов. Таким образом, цепочка, включающая исследовательскую лабораторию и завод, теперь включает дополнительное звено в виде конкретного потребителя. Надо заметить, что последняя компонента на данный день позиционируется как наиболее важный фактор в условиях рыночной конкуренции. Именно он стимулирует организации к росту уровня качества продукции [1, с. 348].

Как показывает опыт иностранных компаний, вероятность успешного применения новой технологии увеличивается посредством параллельного комбинирования процесса её разработки и изучения рыночного потенциала её использования. Преобладающая часть экспертов придерживается мнения, что на данный день успех новой продукции во многом (на 70-90%) определяется степенью точности соответствия её предпочтениям потенциального потребителя.

Данный факт обуславливает необходимость разработки и реализации перечня идей инновационной направленности в сфере мониторинга особенностей спроса. Без этого организация может потерять часть захваченной доли рынка. Изучение возможностей применения инновационных идей относительно совершенствования организации коммерческой деятельности транспортных организаций связаны с вопросами оптимизации учета затрат на эксплуатацию (издержки транспортной организации), которые находятся в прямой зависимости от необходимости постоянного осуществления транспортных перевозок

Инновационные изменения, которые планируются, должны обязательно иметь проектный характер, а также характеризоваться конкретным порядком выбора и осуществления инновационной стратегии. Последовательность должна планироваться, начиная от определения конечной цели и заканчивая её реализацией относительно формирования эффективного механизма организации учетно-аналитической системы, а также отдельно взятых её составляющих в целях форсирования роста прогнозируемых доходов.

Список используемых источников:

1. Архипов А.Е., Климова Э.Н. Маркетинговая логистика: методический аспект формирования коммуникационных потоков // *Современные исследования социальных проблем*. 2014. №4.1 (20). С. 343-351.
2. Архипов А.Е., Нюрнбергер Л.Б. Логистическое управление как инструмент модернизации отечественного рынка услуг (на примере туристской отрасли) // *Наука и практика*. 2013. №3 (11). С. 39-44.

3. Архипов А.Е., Севрюков И.Ю. Управление конкурентоспособностью компании: стратегические аспекты // *Инновации в современном мире: Сборник статей Международной научно-практической конференции*. М.: ЕФИР, 2015. С. 59-62.
4. Леушина О.В., Лучина Н.А. Инновации в торговле // *Современная научная мысль*. 2016. №2. С. 127-133.

© 2016, Цимбал Е.А.

*Инновационные подходы к организации
коммерческой деятельности транспортных
предприятий за рубежом*

© 2016, Tsymbal E.A.

*Innovative approaches to the organization of the
commerce of transport enterprises abroad*