

2 Туменова С.А. Технологии виртуальной и дополненной реальности в туризме // Модели мышления и интеграции информационно-управляющих систем (ММИИС-2018): материалы второй международной научной конференции, посвященной 25-летию юбилею Кабардино-Балкарского научного центра Российской академии наук. – Нальчик: Издательство КБНЦ РАН, 2018. – С. 298-301.

3 Jung T., Dieck M. Claudia Augmented Reality and Virtual Reality: Empowering Human, Place and Business – Springer, 2017. -384 p.

4 Ramos, Joao M.F. Pedro J.S. Handbook of research on Technological Developments for Cultural Heritage and ETourism Applications – Igi, 2017. – 535 p.

5 Квита Г.Н., Курнявкин А.В. Технологии виртуальной реальности как инструмент продвижения туристского продукта // Материалы Восьмой международной научно-практической конференции. - Изд-во.: КГТУ, 2019. – С. 185-189.

6 Виртуальные туры по сакральным местам Казахстана /Электронный ресурс/
<https://uni3dlabs.ru/portfolio/digitization-of-monuments-of-culture-of-the-republic-of-kazakhstan/> [Дата обращения: 25.01.2020].

7 Полисученко А.Ю. Виртуальные туры и дополненная реальность в современной трэвел-журналистике // Connect-Universum-2018 сборник материалов IV Международной трансдисциплинарной научно-практической WEB-конференции. – Изд-во: НИТГУ, 2019. – С. 157-167.

Цифровизация логистических процессов: зарубежный опыт

Л.В. Ташенова¹, Б.Ш. Кульжамбекова²

¹м.э.н., старший преподаватель кафедры маркетинга,

²магистрант 1-го года обучения по специальности «Логистика»
larisatash_88@mail.ru, barnokulzhambekova@gmail.com

^{1,2} Карагандинский государственный университет имени Е.А. Букетова, г. Караганда

Аннотация: в целях совершенствования и расширения своих рыночных позиций многие страны в условиях современного экономического развития приступили к цифровизации национальных экономик. К движению в сторону цифровизации также приступает и логистическая отрасль экономики. В статье рассматриваются вопросы, связанные с цифровой трансформацией в сфере транспортных и логистических услуг. Развитие электронной коммерции и возрастающие требования потребителей к поставке стимулируют логистических операторов к повышению эффективности процессов и внедрению новых технологий, а также осваивать актуальные каналы и форматы доставки, анализировать большие данные, внедрять блокчейн-платформы. Поэтому их применение является важнейшим условием для повышения конкурентоспособности компаний логистического сектора в цифровую эпоху.

Ключевые слова: цифровая экономика, логистика, транспорт, искусственный интеллект, облачные технологии, GPS- навигация, блокчейн.

На сегодняшний день на глобальном уровне происходит цифровая трансформация экономики. В целях сохранения своих лидирующих позиций в условиях конкуренции, международные компании внедряют новейшие технологии и проводят цифровую трансформацию своих бизнес-моделей. По мнению Карлоты Перес, цифровая экономика сейчас представляет собой пятый по счету, технологический уклад, перезапускающий конкурентное соревнование на новой базе [6]. Трансформация в экономике происходит в процессе кардинального изменения формы экономической системы, в результате разработки и внедрения цифровых технологических новшеств с целью повышения эффективности выполнения функций всех структурных подразделений. Согласно анализу Boston Consulting Group, в области внедрения цифровых технологий лидируют B2C-секторы: медиа, торговля, телекоммуникации, страхование и банковское обслуживание [1].

Ховард Кинг, эксперт по анализу данных агентства Rufus Leonard, определяет цифровую трансформацию как «масштабную трансформацию бизнеса, затрагивающую весь набор функций предприятия от автоматизации закупок до продаж и маркетинга, влияющую как на изменение операционной модели, так и на инфраструктуру предприятия, базирующуюся на цифровых технологиях и протекающую под действием трех основных драйверов: изменения запросов пользователей, развития технологий и усиления конкуренции» [2]. Цифровая трансформация бизнеса

предполагает переход к новому способу мышления, новому стилю управления и поощрения инноваций, разработку новых бизнес-процессов с применением социальных, мобильных и других цифровых технологий для улучшения работы компании.

Исследование показателей финансовой эффективности, проведенное компанией Capgemini Consulting и MIT Sloan School of Management (Школа менеджмента при Массачусетском технологическом институте), подтверждает важность роли руководителей в успешной цифровой трансформации бизнеса [2]. В таблице 1 видно, что в случаях, когда компания инвестирует только в технологии, забывая об необходимых изменениях в управлении, прибыль не растет, а падает на 11%. Если же компания совершенствует только свой менеджмент, не прибегая к цифровым технологиям, прибыль фирм растет лишь на 9%. Использование технологии совместно с новыми методами управления позволяет получить рост прибыли в 26%.

Таблица 1
Результаты внедрения цифровых технологий на фирме

Вариант	Технологии	Новые методы управления	Прибыль
1	-	-	Снижение на 24% по сравнению с конкурентами
2	+	-	Снижение на 11 %
3	-	+	Рост на 9%
4	+	+	Рост на 26%
Примечание – источник [2].			

Развитие электронной коммерции и возрастающие требования потребителей к поставке стимулируют логистических операторов к повышению эффективности процессов и внедрению новых технологий, а также осваивать актуальные каналы и форматы доставки, анализировать большие данные, внедрять блокчейн-платформы.

В ближайшие пять лет в логистической отрасли ожидается огромный рост цифровизации с применением следующих новых технологий:

1. Электронная авианакладная (e-AWB) - стандартизированная цифровая версия существующей бумажной авианакладной, которая следует за грузом от грузоотправителя до доставки. E-AWB значительно повышает эффективность отслеживания и обработки данных о грузах, а также повышает прозрачность, повышает безопасность, сокращает затраты и задержки. Международная ассоциация воздушного транспорта (IATA) объявила e-AWB своим контрактом на перевозку по умолчанию в начале этого года. Крупные авиакомпании, такие как Lufthansa и Emirates, уже внедрили его, а Delta Airlines и United Airlines, вскоре внедрят, что означает ожидаемое 80-процентное внедрение в 2020 году [3].

2. Big data и машинное обучение принесут огромный вклад для логистики. Анализ и объединение потоков данных с помощью искусственного интеллекта приведет к новым знаниям в области прогнозирования спроса, оптимизации маршрутов, управления рисками и прогнозной логистики. Согласно данным исследования, проведенного компанией Big Data Executive, это позволило бы сократить расходы на 49,2% и стимулировать инновации на 44,3%. Около 98% логистических компаний подтверждают, что большие данные необходимы для их дальнейшего успеха. Например, объединение потоков данных, касающихся погоды, трафика и информации об отгрузке, приведет к оптимизации маршрута в режиме реального времени, когда груз перемещается на оптимальный маршрут по мере развития ситуации, обеспечивая точное до минуты время его прибытия. Big data могут изменить логистическую бизнес-модель с реактивной на прогнозную. Прогнозное планирование спроса использует данные онлайн-поставщиков для прогнозирования всплесков продаж, для того, чтобы дополнительные заказы продукта, пользующегося спросом, можно было отгружать в готовом виде. Кроме того, данные об истории покупок клиентов могут помочь предсказать покупку до ее совершения. Таким образом соответствующий продукт может храниться ближе к потребителям в ожидании их покупки, что дает возможность доставки в тот же час. Amazon уже использует этот метод для осуществления доставки в день заказа.

3. Cloud logistics. Технология облачной логистики очень быстро внедряется, уже 50% поставщиков логистических услуг используют облачные сервисы, а еще 20% планируют ее внедрение. По мере того как данные перемещаются в облако, логистические IT-услуги становятся

доступными с гибкой моделью оплаты за использование по требованию. Сервисы Shipwire и Freightly уже предоставляют облачные системы управления транспортом в режиме реального времени, которые охватывают все логистические процессы от закупок до выставления счетов, делая весь процесс проще и дешевле для предприятий МСБ. Вся информация о цепочке поставок будет храниться в облаке, создавая единый интегрированный глобальный обзор. Все предприятия и транспортные компании объединены в единую систему, позволяющей находить друг друга, контролировать процесс доставки и оценивать эффективность работы.

4. Интернет вещей (IoT) позволит практически любому объекту быть подключенным к интернету, где бы он ни находился, что означает полную прозрачность от отправителя до доставки. Интеллектуальные подключенные грузовики будут собирать данные о своих перемещениях и времени простоя для динамического планирования маршрута и максимального использования парка, а также снижения затрат на техническое обслуживание путем мониторинга состояния транспортных средств. Подключенные склады уже тестируются такими операторами, как DHL, где отдельные элементы и оборудование могут быть помечены, передавая постоянную информацию об их состоянии, работе и местоположении, что позволяет повысить видимость и эффективность складских процессов. IoT-подключенные датчики будут контролировать температуру и влажность для чувствительных грузов, таких как продукты питания и фармацевтические препараты. Метки Near Field Communication (NFC) обеспечат аутентификацию продукта с помощью прикосновения смартфона, тем самым защищая от подделок и краж, а, в свою очередь, ключевые процессы станут автоматизированными - от автоматического повторного заказа ранее выбранных изделий и запчастей до автоматического планирования задач технического обслуживания автомобилей и другого важного оборудования. Потребительский заказ будет упрощен с помощью кнопок IoT, подобных уже разработанным компанией Kwik, которые позволяют автоматически заказывать новые продукты одним нажатием кнопки. Вопросы, связанные с доставкой будут устранены, поскольку умные домашние устройства станут более распространенными, например, такие как умные замки, которые позволят осуществлять доставку на дом без присмотра.

5. Blockchain. Огромным потенциалом обладает технология блокчейн. Технология распределенной базы данных децентрализует данные, повышая прозрачность и отслеживаемость, предоставляя каждому участнику цепочки ключи к жизненно важной информации о путешествии продукта. За счет снижения сложности и устранения торговых барьеров это может привести к 5-процентному росту мирового ВВП и 15-процентному росту мировой торговли. Основанные на блокчейне схемы отслеживания, такие как Walmart Food Traceability Initiative по отслеживанию пищевых продуктов, позволят обеспечить полную прозрачность и отслеживаемость продуктов по всей цепочке поставок. Это означает, что клиенты смогут сами убедиться в том, что продукция является подлинной, не была подделана и соответствует требованиям к правильному обращению. Цепочки поставок станут более эффективными, поскольку все вовлеченные стороны смогут отслеживать прогресс и состояние товаров. Оцифровка важных документов, таких как e-AWB и коносамент, открывает перед ними возможность внедрения блокчейна, позволяя выпускать, передавать и получать исходный документ в распределенной базе данных, которая видна всем участникам процесса, повышая эффективность и безопасность всей цепочки поставок. Блокчейн может привести к автоматическим платежам и выставлению счетов, причем платежи могут обрабатываться, как только товары достигают заранее согласованного места назначения.

По сравнению с другими странами, которые внедряют элементы четвертой промышленной революции, Казахстан находится примерно посередине между странами-лидерами и новичками, и обладает высоким потенциалом для дальнейшего развития. Наша страна расположена в центре Евразии, и главная необходимость на сегодняшний день – это проведение цифровизации в сфере логистики для развития логистической инфраструктуры страны. 12 декабря 2017 в РК была утверждена Государственная программа «Цифровой Казахстан», согласно которой одним из приоритетных направлений цифровизации является создание цифровой платформы для МСБ (единое окно), а также совершенствование таможенного и налогового администрирования и переход на электронное декларирование. С этой целью была внедрена информационная автоматизированная система таможенного и налогового администрирования «АСТАНА-1». Внедрение информационной системы «Астана-1» уже приносит свои результаты. Автоматизация таможенных процессов в этом году пополнит государственную казну почти на 12 миллиардов тенге Электронное декларирование дает возможность участникам внешнеэкономической деятельности подать таможенную декларацию, не выходя из дома или офиса из любой точки мира. Оформление документации занимает буквально – считанные минуты. Внедрение автоматизации позволило значительно сократить расходы декларанта,

которые он ранее затрачивал на пользование брокерскими программами, услуги таможенных брокеров, хранение на складах временного хранения. ИС Астана-1 уже выпустила 1,3 млн. деклараций в автоматическом режиме. Благодаря чему участниками ВЭД было сэкономлено 56,6 млрд. тенге. По данным Министерства финансов, благодаря снижению издержек, бизнес сможет увеличить товарооборот. Это обеспечит дополнительное поступление в бюджет уже к 2025 году свыше 20 миллиардов тенге. Были реализованы системы «Электронные счета-фактуры», «Маркировка товаров», которые позволили улучшить условия ведения торговли для бизнеса. С 1 января 2019 года все плательщики НДС уже используют ЭСФ. На сегодняшний день используются 540 тыс. контрольно-кассовых машин, из которых 95% подключено в режиме онлайн. Следующим этапом электронного таможенного декларирования станет интеграция «Астана-1» с другими государственными информационными системами[7].

В 2014 году была запущена программа трансформации «Казпочты» в целях становления современным и клиентоориентированным сервисом почтовых услуг. Была внедрена система категорийного управления закупками, система Enterprise Resource Planning (ERP), общий центр обслуживания (ОЦО) по бухгалтерскому и налоговому учету. Было создано единое рабочее окно оператора и применена новая модель управления логистическими потоками. Разработан онлайн-сервис post.kz, выпущены платежные карты, предоставляются агентские услуги для потребителей, внедрен e-commerce, direct mail и другое.

Для повышения качества обслуживания своих клиентов «Казпочта» реализовала проекты по модернизации почтовых отделений, были внедрены электронная очередь, супермаркеты посылок и почтаматы, а также сервис отслеживания посылок и SMS-оповещение. Начиная с 2015 года через супермаркеты посылок было выдано более 1,2 млн. посылок, через почтаматы с 2014 году – около 670 тыс. посылок. Всего за I квартал 2017 в Казахстан было доставлено 1,6 млн. посылок, что в два раза больше, чем в I квартале 2016 года.

Сервис post.kz является онлайн-отделением «Казпочты», который используют более 1 млн. человек. Ежедневно сайт посещают около 30000 пользователей, где они могут найти удобную локацию почтового отделения, поменять необходимый адрес доставки посылки, рассчитать стоимость ее доставки, оплатить любые услуги и осуществить денежные переводы. «Казпочта» запустила по Казахстану 12 мобильных отделений и до конца года планирует установить еще 17 мобильных отделений.

В Казахстане постепенно начинается процесс внедрения технологии блокчейн. Новейшая технология уже занимается администрированием НДС и формированием очередей в детских садах [5]. Национальный банк РК использует технологию блокчейн в рамках проекта «Invest online», специально разработанного продукта, посредством которого граждане Республики Казахстан смогут инвестировать средства в ценные бумаги в онлайн режиме и производить оплату электронными деньгами [8].

Зорен Грабовски, управляющий партнер международного консалтингового агентства A.T. Kearney, выделил несколько компаний в Казахстане, находящиеся на более высоком уровне цифрового развития, среди них - оператор сотовой связи «Kcell», розничный банк Kaspi Bank, национальный авиаперевозчик Казахстана Air Astana [4].

Таким образом, цифровизацию в Казахстане приближают передовые компании, которые открыты новым идеям, используют передовые технологии и нацелены на рост клиентоориентированности с целью сохранения своих лидирующих позиций в отрасли.

Список литературы

1. Банке Барт. Аналитический отчет BCG [Электронный ресурс] // Vlast.kz-URL: <https://vlast.kz/corporation/24539-cifrovizaciya-biznesa.html> (дата обращения 23.01.20).
2. Гарифуллин Б.М., Зябриков В.В. Цифровая трансформация бизнеса: модели и алгоритмы // Журнал «Креативная экономика» - 2018.- №9.-URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-biznesa-modeli-i-algoritmy/viewer> (дата обращения 23.01.20).
3. Angel Mitev. Five key technologies for immediate digital transformation in logistics [Электронный ресурс]//Itportal.com-URL: <https://www.itportal.com/features/five-key-technologies-for-immediate-digital-transformation-in-logistics/> (дата обращения 24.01.20).
4. Цифровизацию Казахстана приблизят отдельные компании [Электронный ресурс] //Inbusiness.kz-URL: <https://inbusiness.kz/ru/news/cifrovizaciya-kazhastana-priblizyat-otdelnye-kompanii> (дата обращения 25.01.20).

5. Блокчейн-степь: как Казахстан модернизирует экономику распределенным реестром [Электронный ресурс] // Forbes.kz-URL: https://forbes.kz//process/technologies/blokcheyn-step_kak_kazahstan_moderniziruet_ekonomiku_raspredelennyim_reestrom/ (дата обращения 26.01.20).

6. Перес К. Технологические революции и финансовый капитал: динамика пузырей и периодов процветания. – М.: Дело, 2011. – 232 с.

7. Электронное декларирование. В Казахстане внедрили информационную систему «Астана-1» [Электронный ресурс]// Kazakh-tv.kz-URL: https://kazakh-tv.kz/ru/view/hi-tech/page_192998_system-of-electronic-declarations-is-gaining-momentum-in-kazakhstan (дата обращения 25.01.20).

8. Что такое «Invest Online» [Электронный ресурс] // Nationalbank.kz -URL: <https://nationalbank.kz/document/?docid=6314&to=get&switch=russian> (дата обращения 26.01.20).

Маркетинг в социальных сетях: тренды 2020 года

Л.В. Ташенова¹, К.А. Стожарова²

¹ м.э.н., старший преподаватель кафедры маркетинга,

² магистрант 1-го года обучения по специальности «Маркетинг»

larisatash_88@mail.ru, kristina_stozharova@bk.ru

^{1,2} Карагандинский государственный университет имени Е.А. Букетова, г. Караганда

Аннотация: социальные сети в условиях современного экономического развития являются эффективным способом взаимодействия с целевой аудиторией. На данный момент маркетинг в социальных сетях в качестве инструмента продвижения услуги в интернете используют уже около 80% компаний по всему миру. Конкуренция в социальных сетях возрастает ежедневно, поэтому для того, чтобы оставаться конкурентоспособными, компаниям необходимо соответствовать трендам. В данной статье описаны основные тренды в социальных сетях в 2020 году.

Ключевые слова: маркетинг в социальных сетях; инструменты продвижения; реклама; продвижение в интернете; тренды 2020 года; тренды маркетинга в социальных сетях.

Социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни людей. В огромном спектре из пяти миллиардов мобильных пользователей по всему миру наблюдается столь же большое число пользователей социальных сетей – порядка 3,2 миллиарда человек, увеличиваясь на 100 миллионов ежедневно.

Социальные медиа не просто изменили способ взаимодействия, но создали совершенно новый способ потребления контента любого типа, включая новости, фотографии, моду и даже поэзию.

Учитывая важность социальных сетей в жизни потребителей, маркетологи и компании переходят на социальные платформы в надежде установить связь со своими целевыми клиентами. Тем не менее, контент в социальных сетях перегружен, и конкуренция очень высока. В том случае, если у компании нет четкой стратегии маркетинга в социальных сетях, то будет чрезвычайно трудно выделиться среди обилия конкурентов. Для того чтобы увеличить вероятность победы в конкурентной борьбе, владельцам бизнеса необходимо следить за трендами в socialnetworks.

Маркетинг в социальных сетях в настоящее время тесно интегрирован в различные рабочие процессы и становится все более ориентированным на технологии, и те же самые инновации разрушают способы, с помощью которых потребители находят и покупают продукты в Интернете, влияют на ход покупок и изменяют способ взаимодействия клиентов с брендами.

В 2020 году в социальных сетях наиболее актуальными, по мнению авторов, будут следующие тренды:

1. Исчезающий контент.

Хорошими примерами данного вида контента являются истории в Instagram и Snapchat.

Истории (Stories) в данных социальных сетях позволяет аккаунтам публиковать фотографии и видео, которые исчезают через 24 часа [1].

На сегодняшний день удержать внимание людей достаточно трудно и способы, которыми они любят потреблять контент, также изменились. Именно по этой причине форматы контента, такие как истории, стали популярными. Они - короткие, увлекательные и вызывают своеобразное «привыкание», поэтому пользователи могут часами пролистывать одну историю за другой.