

3. Материалдардың жылдам таралу жылдамдығы. Егер орналастырылған мазмұн пайдаланушылар үшін жеткілікті қызықты болса, онда олар сайттың функционалдық мүмкіндіктерін пайдаланып, мазмұнды қамтуды арттыра отырып, ақпаратты таратады. Бүгінгі таңда бұл «ауызша сөз» әсеріне қол жеткізе алатын интернет-жарнаманың жалғыз түрі [5, 32 б.].

4. Клиентпен ыңғайлы және жедел өзара іс-қимыл. Әлеуметтік медиа сұрақтарға жауап беруге, диалог жүргізуге, өнімді нақты уақытта көрсетуге, кері байланыс алуға және т.б. көптеген мүмкіндіктерді береді.

5. Сайтты іздеу жүйесін оңтайландыру құралы. Әлеуметтік медиа сайттан мазмұнды орналастыру үшін ыңғайлы платформа ретінде қызмет етеді. Іздеу жүйесі әлеуметтік желілерден ауысулар бар пайдалы материалдар ретінде бағаланады. Бұл іздеу нәтижелеріндегі сайттың рейтингіне жағымды әсер етеді.

6. Брендтің маркетингтік беделіне әсер ету. Әлеуметтік медиа – бұл адамдардың жеке пікірлерінің үлкен базасы. Олар кез-келген объектіге өз көзқарастарын ашық айтудан қорықпайды, бұл әлеуметтік медианың артықшылығын білдіреді.

Бүгінгі таңда ондаған мың әлеуметтік желілер мен қызметтер бар. Әлеуметтік медианың жалпы аудиториясы миллиардтаған пайдаланушылармен өлшенеді. Сайттардың әрқайсысының өз функциялары, мақсатты аудиториясы бар, сондықтан желілердің әрқайсысы үшін жылжыту тәсілдері әр түрлі болады.

Tiktok, Facebook, Instagram, Whatsapp және Youtube – әзірге Қазақстан Республикасындағы ең танымал әлеуметтік алаңдар болып есептеледі.

Әлеуметтік желілердің әрқайсысы үшін жылжыту тәсілдері әр түрлі және апта сайын өзгереді. Бұл әзірлеушілердің өз ресурстарын үнемі жаңартып отыруына және олардың арасындағы қарқынды бәсекелестікке байланысты. Айта кетерлік жайт, кәсіби SMM және IT мамандарының жетіспеушілігі бар, ал осы салалардағы мамандықтарға сұраныс біртіндеп артып келеді.

Интернет-жарнаманың басқа да жарнамалық емес түрлерден артықшылығы, әлеуметтік желілер арқылы клиенттердің сенімін алудың маңыздылығы туралы ашық айту қажет. Бұл өнімге сұраныстың артуына, цифрлық экономиканың дамуына, Қазақстанның IT-ел ретіндегі беделді мәртебесін қолдауға және көтеруге алып келеді.

Әдебиеттер тізімі:

1. Головлева, Е. Л. Основы рекламы / Е. Л. Головлева. – М., 2017. 168–169–бет.
2. Зельманов, А. Б. Связи с общественностью в социальной сфере / А. Б. Зельманов. – СПб., 2013. 53–54бет.
3. Как использовать инструменты PR вместе с рекламой при продвижении товара [Электронды ресурс]. –: <http://www.sostav.ru/articles/2003/07/02/pr020703/>.
4. Халилов, Дамир. Маркетинг в социальных сетях / Дамир Халилов. – М., 2017. – 240 бет
5. Серновиц, Э. Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить / Э. Серновиц; ағылш. т. ауд. Т. Мамедовой. – 2-ші басылым. – М., 2016. – 240 бет.

Логистикадағы инновациялық мәселелерге шолу

А.Т.Кулдеева¹, Ж.З.Арынова²

¹ «Логистика» мамандығының 1 курс магистранты

² Маркетинг кафедрасының э.ғ.к., қауымдастырылған профессоры
kuldeeva.aiken@mail.ru, mamatai1966@mail.ru

Академик Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды қаласы

Аннотация: Мақалада инновациялар түсінігі мен маңыздылығы көрсетілген. Логистика саласындағы инновациялар қарастырылған, олардың бағыттары мен мысалдары келтірілген. Көлік және қоймалаумен айналысатын кәсіпорындардағы инновациялық белсенділік көрсеткіштері зерттелген. Инновациялану деңгейіне әсер ететін мәселелерге шолу жасалып, оларды шешу жолдары ұсынылған.

Кілт сөздер: логистика, инновациялар, көлік және қоймалау, инновациялық тауарлар.

Экономика алуан түрлі өзгерістердің нәтижесінде күн санап өзгеріп отыратын орта болып табылады. Ғылым мен техника дамыған заманның жаңашылдықтары немесе инновациялары экономикаға тікелей әсерін тигізетін өзгерістердің бірі болып саналады. Бүгінгі таңда көптеген компаниялардың дамуы инновациялардың болуымен тікелей байланысты. Осы орайда инновацияларды қолдану тенденциясы жоғарылап, оларды ендіру бойынша халықаралық тәжірибелерге сүйену артуда.

Инновация терминіне келер болсақ, бұл ұғымды алғаш рет австриялық ғалым И.Шумпетер енгізген болатын. Ғалым «инновация» терминін өндіріс, жабдықтау, жеткізу процесстері барысында енгізілген немесе жаңартылған техникалық, технологиялық, ұйымдастырушылық түрдегі барлық өзгерістерді сипаттайтын құбылыс ретінде түсіндірген [1]. Бүгінде инновациялар тауардың (қызметтің) сапасын және процесстердің тиімділігін арттыруға мүмкіндік беретін жаңашылдықтар болып табылады. Олар кез келген салада ендірілуі мүмкін, нәтижесінде сол саладағы табыстың, тиімділіктің және де бәсекеқабілеттіліктің өсуіне ықпал ете алады.

Экономиканың маңызды салаларының бірі болып табылатын логистикадағы инновациялардың да рөлі зор. Ішкі және сыртқы логистиканың тұрақты жұмыс істеуі мен тиімділігі ұлттық бәсекеге қабілеттіліктің алғышарты болып табылады. Жеткізудің барлық тізбегінің сенімділігі мен ұсынылатын қызметтердің сапасы логистиканың тиімділігімен тығыз байланысты. Сенімділік пен болжамдылық көбінесе жеткізілімнің жылдамдығы мен құнынан маңызды болады [2]. Басқа да логистикалық қызметтер үшін, әртүрлі күтпеген жағдайларда шешімдерді жылдам қабылдау барысында, тұтынушылық сервисті жақсартуда инновацияларды ендіру оңтайлы шешім болатыны анық. Инновация түсінігі логистикада жаңалықтар, жаңашылдықтарды енгізуден гөрі, жүкті жеткізуде, түрлі процесстерді тездетуде көмектесетін жаңа технологияларды ендіруді білдіреді. Зерттеулер бойынша, инновациялар арқылы логистика саласы келесі артықшылықтарға қол жеткізе алады:

- Қорлардың көрсеткішін 20–60% төмендету.
- Өндіріс циклын 30–50% тездету.
- Логистикалық тізбек бағасын 24–50% ға қысқарту.
- Жалпы өндіріс қарқынын 10–16% ға арттыру [3].

Логистикада инновациялауды 5 бағыт бойынша жүргізген тиімді (кесте 1).

Кесте 1.

Логистикалық инновацияларды ендіру бағыттары

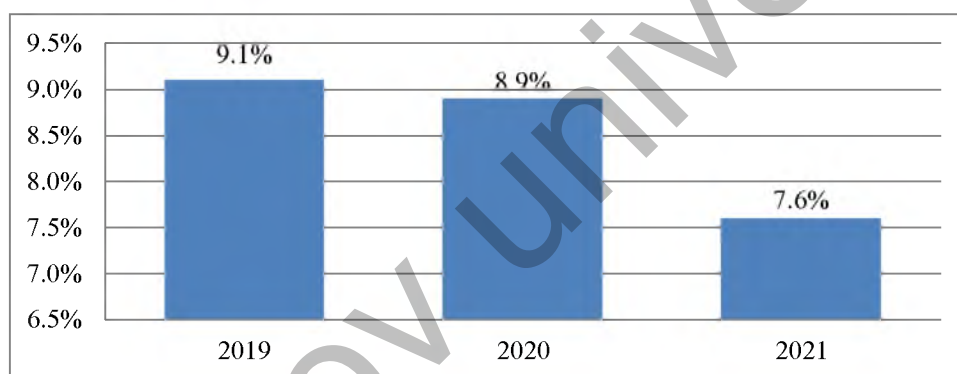
| Инновация бағыттары | Сипаттамасы | Мысалдары |
|--------------------------|---|---|
| 1. Жалпы логистикалық | Әр түрлі көлемдегі, сипаттағы жүктердің болуына байланысты көлік құралдарына жүктің оптималды мөлшерін тиеу бойынша мәселелерді шешеді. Сондай-ақ, тауар қайтарымы логистикасын қамтиды | Заманауи программалық жабдықтаулар, қорапты қайта өңдеу, 3-D принтерлер, көзілдіріктер, SmartSensor, QuantumViewNotify жүйелері |
| 2. Қоймалық инновациялар | Қоймалауға кететін уақытты үнемдеуге, тауарды қабылдау мен жөнелту мерзімдерін қысқартуға, жүктерді сөрелерге тиімді орналастыруға көмектеседі | WarehouseManagementSystem жүйесі, RFID белгішелері, температураны бақылайтын автоматты жүйелер және т.б. |

| | | |
|---|--|---|
| 3. Көліктік инновациялар | Жеткізу мерзімін қысқарту, жүктерді уақытылы жеткізу мақсатында ендіріледі. | Электромобильдер, дрондар, автономды көлік құралдары, Hyperlooptоннельдік жүйелері |
| 4. IT-инновациялар | Тауарды қоймада іздеуге кететін уақытты тежеуге, адами факторлардан болатын шығындарды азайтуға, жүктерді бақылауға мүмкіндік береді | Voicepicking (дауыс арқылы қажетті тауарды табу), pickbylight (сұрыптау үшін жарық көмегін қоланылады), BigData (мәліметтер базасы) |
| 5. Тұтынушыларға бағытталған инновациялар | Олар компанияларға тұтынушылардың сенімін арттырып, кері байланыс орнатуға көмегін тигізеді | Мысалы, тапсырыс беруші өз тауарына қажет қораптың 3-D моделін таңдай алады |

Е с к е р т у – [4] Әдебиеттер негізінде автормен жасалған

Логистика саласындағы инновациялар оның барлық функционалдық салаларын қамтитын көруге болады. Осыған байланысты көптеген елдер инновациялық белсенділікті қаржыландыруға көңіл бөлуде. Мысалы, Германия ЖІӨ 2,7%-ын, АҚШ 2,8%-ын, Жапония 3,5%-ын инновацияларды тартуға жұмсайды. Ал Қазақстанда ЖІӨ-нің 1%-дан астамы ғана инновацияларға бағытталады.

Соңғы статистикалық деректер бойынша, елімізде «Көлік және қоймалау» саласындағы инновацияланған кәсіпорындардың біртіндеп азаюы байқалуда (сурет 1).



Сурет 1. «Көлік және қоймалау» саласындағы инновацияға ие кәсіпорындар, %
Е с к е р т у – ҚР Ұлттық статистика бюросының мәліметтері бойынша [5]

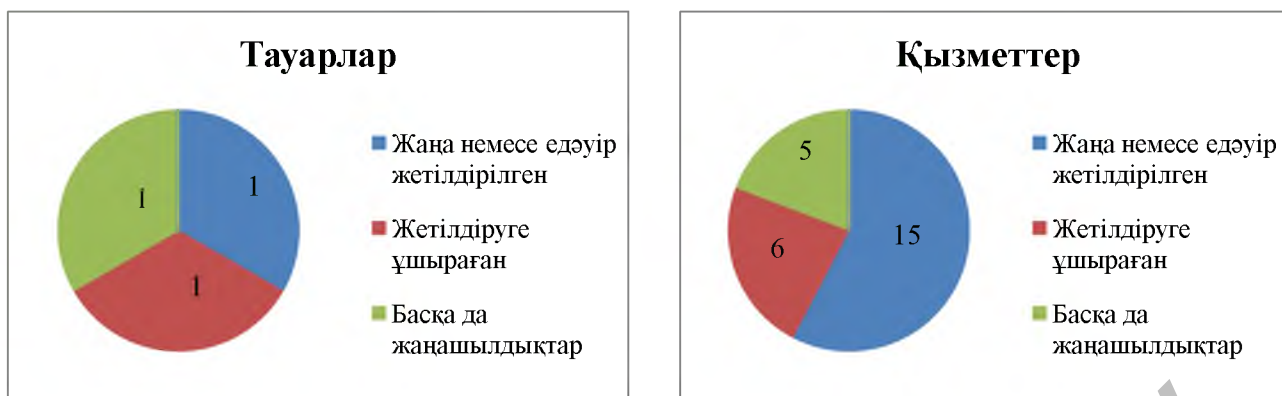
Көрсеткіштің азаюы әлемдік пандемиямен, саяси-экономикалық жағдайлармен байланысты. Сонымен бірге, көлік және қоймалау саласындағы кәсіпорындар санының азаюы байқалады (кесте 2).

Кесте 2. «Көлік және қоймалау» саласындағы кәсіпорындар

| | 2019 | 2020 | 2021 |
|-------------------------------|--------|--------|--------|
| Кәсіпорын саны | 20 670 | 20 680 | 20 030 |
| Оның ішінде инновация барлары | 1 890 | 1 840 | 1 550 |

Е с к е р т у – ҚР Ұлттық статистика бюросының мәліметтері бойынша [5]

Осыған байланысты, инновацияларға жұмсалған шығындар көлемі 2021 жылы 2020 жылға қарағанда 2,7%-ға қысқарған. Алайда, бұл саладағы инновациялық өнімдер (тауарлар мен қызметтерді қоса есептегенде) 2020 жылға қарағанда өткен жылы 2,5%-ға артқан. 2021 жылы көлік және қоймалау кәсіпорындарында өткізілген инновациялық өнімдер көлемі 566,5 мыңға жеткен. Бірақ нақты инновациялық тауарларды (қызметтерді) енгізген кәсіпорындар саны едәуір аз (сурет 2).



Сурет 2. Инновациялық тауарларды (қызметтерді) енгізген кәсіпорындар саны, бірлік
Ескерту – ҚР Ұлттық статистика бюросының мәліметтері бойынша [5]

Байқап отырғанымыздай, көлік және қоймалау кәсіпорындарының статистикалық деректері бойынша инновациялану деңгейін төмен деп бағалауға болады. Бұл мәселе инновацияларды дұрыс таңдамау, уақытылы ендірімеу және оған бөлінген қаржыны тиімді игермеумен байланысты туындайды деп есептейміз. Осы проблемаларды шешу мақсатында логистикаға ендірілетін жаңашылдықтарды қайта қарастыруды, инновациялардың нақты игерілу процесін бақылауды, халықаралық тәжірибені қолдануды ұсынамыз.

Әдебиеттер тізімі

1. Маматова Н.А. Теории инноваций: учеб. пособие / Н.А.Маматова, А.В. Маматов. – Белгород: ИД «Белгород», 2017. – 100 с.
2. Раимбеков, Ж.С. Логистика негіздері: оқулық / Ж.С. Раимбеков, Б.Ұ. Сыздықбаева. – Алматы: ЛантарТрейд, 2019. – 324 б.
3. Назаренко К.С., Кривоножкина Н.В. Инновации в логистике // Молодежный научный форум. Технические и математические науки: XXXIV междунар. студ. науч.-практ. конф. – 2016. – № 5 (34). – С. 144-148.
4. EFSOLавтоматтық технологиялар компаниясы // [электронды ресурс]. – сілтеме: <https://efsol.ru/articles/top5-innovations-in-delivery-and-logistics.html>
5. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі, Ұлттық статистика бюросы [электронды ресурс]. – Сілтеме: <https://www.stat.gov.kz/>

Влияние цифровизации маркетинга на эффективность управленческих инноваций

Кошкенбаева А.Д.¹, Баймухаметова А.С.², Тебаев Ж.Ж.³

¹Студентка 4 курс образовательной программы «Ресторанное дело и гостиничный бизнес»

²м.э.н., старший преподаватель кафедры маркетинга

³м.э.н., старший преподаватель кафедры маркетинга

A_koshkenbaeva@mail.ru, kr@kr001@mail.ru

^{1,2,3}Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова, г. Караганда

Аннотация :В данной статье исследуются показатели цифровизации маркетинга и эффективности управления компанией, их взаимосвязь. В научной статье исследованы направления цифровой трансформации маркетинга. Выведены «инструменты» на основных этапах производства.

Ключевые слова: Цифровизация маркетинга, цифровая экономика, цифровая экономика, инновации.