

Сурет 2. Инновациялық тауарларды (қызметтерді) енгізген кәсіпорындар саны, бірлік
Е с к е р т у – 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.

Современная экономика основана на постоянном совершенствовании: улучшаются, модернизируются и изобретаются новые модели управления, продукты и системы. Развитие происходит как на глобальном, мировом уровне, так и в рамках отдельного государства, предприятия и даже отдела в компании. Такое повсеместное развитие напрямую связано с понятием «цифровизация».

Основная трудность с точки зрения исследования явления цифровизации – отсутствие разработанной методологической и научной базы. Большинство исследований и разработок – коммерческие проекты в рамках одной консалтинговой организации, фирмы или отрасли. В данном разделе работы будет осуществлена попытка структурирования информации и формирование общего представления о цифровизации и ее характеристиках.

Попытки перехода к цифровой экономике – важный тренд для государства и бизнеса, однако ее становление по какому-либо заранее определенному алгоритму невозможно. Во всем мире экономисты, бизнесмены и IT-специалисты создают новые технологии и модели перехода к цифровой экономике, при этом на сегодняшний день не существует единого понимания этого термина.

А.Е. Зубарев при определении цифровой экономики делает упор на

«техноцифровой» форме существования продуктов фирмы, за счет чего происходит экономия на ресурсах для производства, т.е. явление цифровой экономики представляется как оцифровка физических продуктов [2]. С нашей точки зрения, такое понимание очень ограничивает охват цифровой экономики, поскольку далеко не все продукты можно превратить в цифровую форму, а простая оцифровка – это всего лишь этап на пути становления цифровой экономики.

«Индустрия 4.0» – изначально трансформация именно производящих, промышленных, отраслей производства, основанная на интенсивном развитии процесса производства, к которому относятся: внедрение инноваций, использование и анализ Big Data, выстраивание прозрачной цепочки производства и создания стоимости. Так, авторы Сретенского клуба утверждают, что «Индустрия 4.0» как часть цифровой экономики - это эпоха «промышленного Интернета вещей», при котором с помощью глобальной сети и датчиков будет существовать полный доступ к каждому этапу производства [1]. Развитие практического опыта привело к пониманию того, что «Индустрия 4.0» это полная трансформация производства, затрагивающая как управленческие механизмы, так и сам процесс производства от поставок сырья до продаж (рисунок 1).

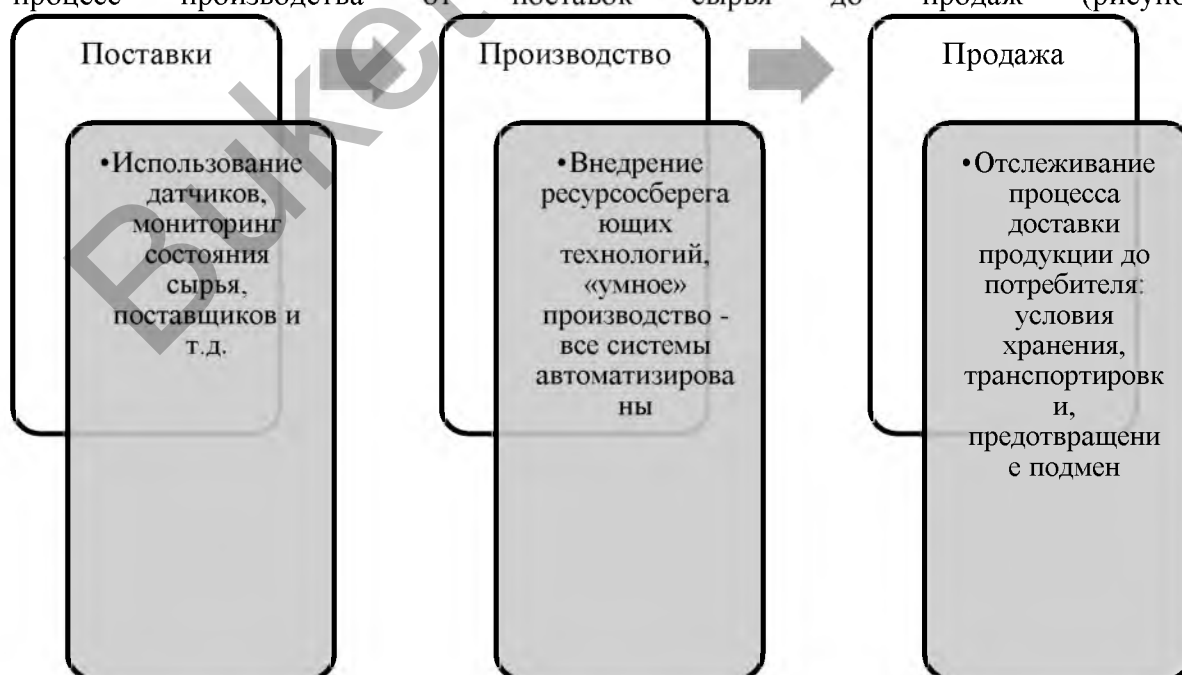


Рисунок 1 – Инструменты «Индустрии 4.0» на основных этапах производства¹

«Индустрия 4.0» предполагает цифровую трансформацию производства, в

Таким образом, цифровизацию можно понимать как концепцию или процесс. В первом случае цифровизация выступает идеей развития экономики за счет автоматизирования процесса производства. Во втором – представляет собой шаги, необходимые для осуществления перехода к новой эпохе, к цифровой экономике, путем использования конкретных технологий и изобретений.

Отдельное рассмотрение всех понятий позволило сформировать обобщенную схему стадий развития цифровой экономики, которая включает этапы цифровизации и цифровой трансформации. Эта схема представлена на рисунке 2.

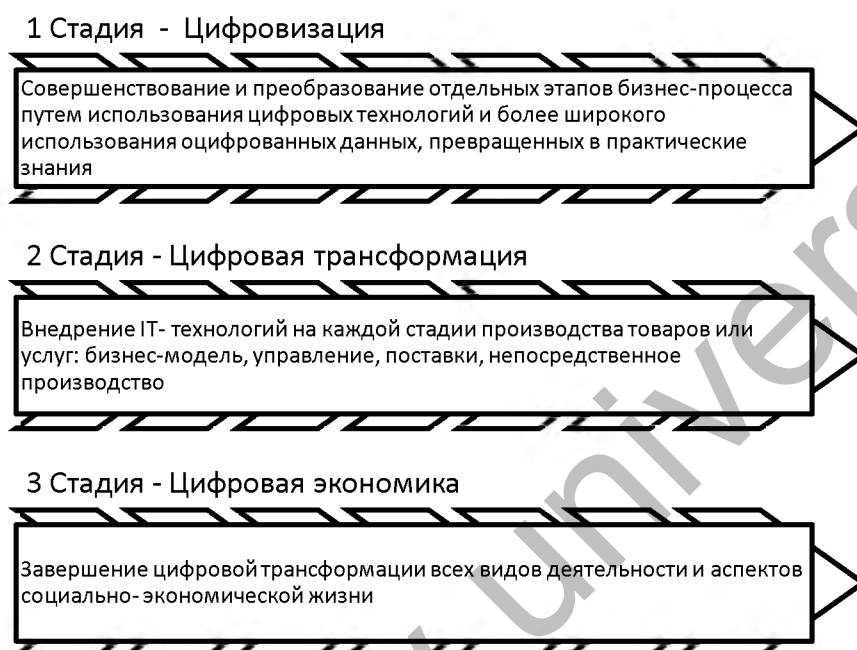


Рисунок 2 – Стадии внедрения цифровых технологий в бизнес-процессы²

Из рисунка 2 следует, что обобщенно можно говорить о трех условных стадиях становления цифровой экономики. В рамках настоящего исследования будет рассмотрена первая и наиболее сложная стадия – цифровизация, которая ведет к значительным качественным переменам бизнес-процессов и подталкивает всю экономическую систему к изменениям. Цифровизация служит инструментом преобразования организации на разных уровнях: управление, производство, контроль и т.д., однако может быть использована в каждом из них. Цифровизация предполагает сложный технологический процесс: на этой стадии происходит создание совершенно новых разработок, чаще всего основанных.

На современном этапе многие развитые и развивающиеся государства, а также бизнес-сфера все чаще поднимают вопрос о важности устойчивого развития и необходимости содействия этому феномену. Об устойчивом развитии принято говорить с точки зрения двух подходов:

исключительно экономический – устойчивое развитие рассматривается как стабильное экономическое развитие, повышение показателей производительности, эффективности, прибыльности и т.д.;

расширенный, социальный – понимание устойчивого развития как гармоничного развития экономики, экологии и общества, активное участие государства и бизнеса в улучшении жизни людей.

Первый подход можно встретить в более ранних научных работах. Так, в статье «О стратегии устойчивого развития экономики России» С.Ю. Глазьев, Г.Г. Фетисов рассматривали устойчивое развитие как результат перехода экономики к новому технологическому укладу, при котором большое внимание должно уделяться инновациям и

вкладу в НИОКР [10]. Такая стратегия, по мнению авторов, должна привести к росту экономических показателей, повышению производительности, иными словами, к ускорению экономического роста, что и понимается авторами как достижение устойчивого развития. Отметим, что первый подход нам представляется слишком «узким» и неприменимым в настоящей действительности с точки зрения того, что современные подходы к изучению развития экономики невозможны без включения социальной или другой неэкономической составляющей.

Однако важным в данном определении является акцент автора на развитии инноваций, технологий, с чем мы согласны, поскольку цифровизация способствует не только более интенсивному развитию производства и улучшению экономических результатов деятельности, но и внедрению принципов устойчивого развития. Так, развитие цифровых технологий позволяет создавать более экологичные и безопасные методы производства. Кроме того, цифровизация упрощает взаимодействие со всеми стейкхолдерами, расширяя каналы взаимосвязи. Таким образом, в настоящей работе рассмотрим понятие

«устойчивое развитие» как одновременное развитие экономики, экологии и общества в условиях всестороннего внедрения цифровых технологий.

Термин «устойчивое развитие» введен Организацией объединенных наций и означает развитие, «отвечающее потребностям нынешнего поколения без ущерба для возможностей будущих поколений удовлетворять их собственные потребности» [11]. Сегодня концепция реализуется на разных уровнях, обобщение которых представлено на рисунке 3. На каждом уровне понятие

«устойчивое развитие» изменяется в зависимости от потребностей мирового сообщества, отдельного государства, региона или предприятия.

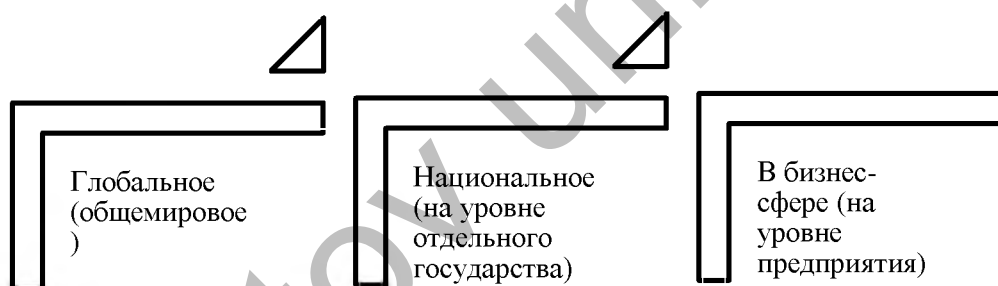


Рисунок 3 – Уровни реализации концепции устойчивого развития

Отличаются и подходы к оценке уровня устойчивого развития на этих уровнях, но объединяет их рейтинговая система, основанная на сочетании качественных и количественных показателей. Рассмотрим отдельно каждый уровень продвижения концепции устойчивого развития с точки зрения подхода к определению и оценке.

Список литературы:

- 1) <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-marketinga-v-usloviah-tsifrovizatsii>
- 2) <https://vestnik.econri.org/vestnik/index.php/vestnik/article/view/135>
- 3) <https://1economic.ru/lib/114081>
- 4) <https://grebennikon.ru/article-tpmo.html>
- 5) <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/284444/1/306-308.pdf>