



УДК 656.078.1

Коршунов Д.А., доцент, к.э.н. ФГБОУ ВО «ВГУВТ»
Гончарова Н.В., ст. преподаватель, к.т.н. ФГБОУ ВО «ВГУВТ»
Шитова Н.А., магистрант ФГБОУ ВО «ВГУВТ»
603950, Нижний Новгород, ул. Нестерова, 5а

ПРИМЕНЕНИЕ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГЕ И ЛОГИСТИКЕ

Ключевые слова: облачные технологии, логистика, перевозки, маркетинг.

Рассмотрен отечественный и зарубежный опыт организации доставки грузов посредством облачных технологий. Представлены основные маркет-плейсы в сфере транспорта и экспедирования. На основе положительных сторон и недостатков даны рекомендации по их использованию.

Эффективное информационное обеспечение сбыта продукции и цепей её поставок требует организации масштабируемой гибкой ИТ-инфраструктуры, создающей единое информационное поле для взаимодействия субъектов маркетинговой и логистической деятельности. В связи инновационной технологией на глобальном рынке бизнес-ориентированных информационных услуг является предоставление и использование облачных маркет-плейсов – интернет площадок, где представлены производители, поставщики, грузовладельцы и перевозчики [1,2].

Облачные сервисы - технология распределенной обработки данных, в которой компьютерные ресурсы и мощности предоставляются пользователю как интернет-сервис. Облачный сервис представляет особую клиент-серверную технологию использования клиентом ресурсов (процессорное время, оперативная память, дисковое пространство, сетевые каналы, специализированные контроллеры, программное обеспечение и т.д.) группы серверов в сети, взаимодействующих таким образом, что для клиента вся группа выглядит как единый виртуальный сервер, а также клиент может прозрачно и с высокой гибкостью менять объемы потребляемых ресурсов в случае изменения своих потребностей [3,5].

Среди ключевых достоинств данной технологии, помимо известных [3,4,5], с позиций маркетинга и логистики следует отметить:

1. Доступность - "облака" доступны всем, из любой точки, где есть Интернет. Это позволяет пользователям (предприятиям) экономить на закупке высокопроизводительных, дорогостоящих компьютеров. Сотрудники компаний становятся более мобильными, так как могут получить доступ к своему рабочему месту из любой точки земного шара, в том числе с планшета, смартфона.

2. Низкая совокупная стоимость использования сервисов. Нет необходимости в покупке лицензионного ПО, его настройки и обновлении.

3. Гибкость - неограниченность вычислительных ресурсов за счет использования систем виртуализации, процесс масштабирования и администрирования "облаков" становится достаточно легкой задачей, так как "облако" самостоятельно может предоставить вам ресурсы, которые вам необходимы, а вы платите только за фактическое их использование.

4. Надежность - надежность "облаков", особенно находящихся в специально оборудованных ЦОД, высокая, так как такие ЦОД имеют резервные источники питания, охрану, профессиональных работников, регулярное резервирование данных, высокую пропускную способность интернет-канала и пр.

Кроме того, подобные сервисы создают удобную альтернативу привычным формам организации и обслуживания информационной инфраструктуры компаний. Также это возможность для разработки и внедрения уникальных продуктов и услуг, реализация которых раньше препятствовали технологические, экономические, географические ограничения.

Облачные сервисы открывают возможности снижения логистических издержек, связанных с преобразованием элементов информационных потоков, увеличивают проходимость информационных каналов в логистических цепях, а также производительность работы менеджеров в транспортной, складской, распределительной логистике, что открывает новые пути развития маркетинга и логистики, а именно:

- увеличение объемов данных, снижающих степень неопределенности в маркетинге и логистике;

- гибкость структуры цепи поставок, или способность быстро и без потерь адаптироваться к измененному движению и структуре цепи поставки;

- открытость информации для потребителей, возможность реализовать персонализированный подход в маркетинговой логистике;

- возможность автоматического решения логистических задач, например выбора оптимального пути. Программа автоматически рассчитывает и выбирает наиболее кратчайший и выгодный путь в соответствии с требованиями;

- более точный обмен данными между поставщиками и потребителями;

- оптимизация числа звеньев в цепи поставки - способность за счет более обширной информации определить необходимое число звеньев цепи поставки и делать их более масштабными, оптимизированными и доступными для всех участников движения;

- четкое прослеживание пути движения товара "от двери до двери" - возможность просмотра с помощью информационных программ пути движения материальных потоков с реальной точностью.

Все это позволяет сделать вывод о том, что облачные вычисления способствуют развитию маркетинга и логистики и являются неотъемлемой составляющей современных систем распределения.

К основным недостаткам облачных вычислений следует отнести то, что для получения доступа к услугам "облака" необходимо постоянное соединение с сетью Интернет; пользователь ПО имеет ограничения в используемом "облаке" и иногда не имеет возможности настроить его под свои собственные цели; хранение информации в "облаке" не всегда является безопасным.

Практическое применение данные сервисы получили в США, Европе Бразилии. В России и странах СНГ эта ниша недостаточно заполнена, чему по мнению авторов и других экспертов имеется ряд причин [статья логистика в облаках]. Основной из них является такая особенность отечественного рынка как личные контакты ответственных лиц в сфере маркетинга и логистики – нет доверия непроверенным контрагентам, что может повлиять на сбыт и параметры поставки – объёмы, время и др.

На отечественном рынке функционирует несколько маркет-плейсов, специализированных на транспортно-логистических услугах – это такие проекты как «Грузобзор», ATI, Log4pro, Della, «АвтоГИТ» и «Логинет».

Данные проекты созданы с целью автоматизации поиска грузов для перевозки с одной стороны, и свободных машин с другой. Другими словами - это транспортная биржа, предназначенная для создания дружественной среды перевозчиков, экспедиторов, грузоотправителей и грузополучателей на всей территории Российской Федерации.

Возможности сервисов:

- бесплатное размещение заявок и поиск грузов и машин;

- расчёт расстояний между пунктами доставки;
- обмен мгновенными сообщениями между пользователями;
- возможность торгов между исполнителями;
- аналитика заявок.

Сервисы автоматически производит выстраивание рейтинга надёжности компаний-участников. Компании, попавшие в список неблагонадёжных, из списков исключаются. Рейтинг регулярно обновляется и отображается, например, в виде звёздочек, которые присваиваются компании за следующие критерии надёжности:

- подтверждение контактных данных;
- подтверждение уставных документов;
- срок деятельности компании;
- срок деятельности в системе биржи;
- наличие отчёта о хозяйственной деятельности с отметкой об уплате налогов.

Контактные данные сразу вводятся в систему, чтобы исключить пустые переговоры. В системе три типа профиля: экспедитор, перевозчик и грузовладелец. Для каждого типа профиля функции системы будут разные.

Грузовладельцы размещают свой груз, а перевозчики мгновенно получают уведомления о новой заявке и отвечают на Ваше предложение. А также, можно выбрать машину из подходящего транспорта, который подбирается автоматически при размещении заявки.

Перевозчики видят заявки грузовладельцев в реальном режиме времени, и могут участвовать в торгах за право на перевозку, предлагая приемлемую стоимость. Грузы можно выбирать по регионам и в виде заданной области, например, на удалении 200 км от базы или в форме эллипса.

Электронный документооборот. Кроме того есть возможность создать все типовые документы в логистике прямо на сайте, подписать их и отправить партнеру на e-mail, скачать в PDF на компьютер, сохранить документ для архива в системе.

Есть автоматическое определение расстояния и ориентировочных сроков перевозки.

Некоторые сервисы предлагают возможность страхования груза через сайт (АТИ).

Для использования сервиса необходимо проходить процедуру регистрации, которая включает предоставление определенного набора документов по фирме. Размещать свои заявки можно на платной основе либо бесплатно в зависимости от частоты использования сервиса (определение платы на разных сервисах отличается).

Таким образом, можно заключить, что данные сервисы являются перспективными в плане поиска и взаимодействия с контрагентами, служат источником информации о тарифах, особенностях заключения сделок, для анализа предложений грузов и транспорта. Но с учётом ряда ранее названных нюансов.

Список литературы:

- [1] Кусина, О.А. Социальные сети как эффективный инструмент маркетинга / О.А. Кусина // Креативная экономика. – 2013. – № 1(73). – С. 118–123.
- [2] Бородаенко, Ю.В. Направления интеллектуализации в современном маркетинге / Ю.В. Бородаенко, В.А. Вишняков // Актуальные проблемы науки XXI века: сб. науч. ст. молодых ученых / Минский институт управления; редкол.: В.В. Гедранович [и др.]. – Минск, 2013. – Вып. 2:. – С. 91–96.
- [3] <https://habrahabr.ru/post/111274/>.
- [4] Земцова А.В., Иванова Т.В., Шевень Л.Н. Роль «облачных технологий» в логистической деятельности // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/04/41290> (дата обращения: 24.05.2016).
- [5] <http://www.masters.donntu.edu.ua/2012/fkita/medvednikova/library/index.htm>.

Cloud technologies in marketing and logistics

D.Korshunov, N.Goncharova, N.Shitova

Considered domestic and foreign experience of organization of cargo delivery through the cloud. Presents key market-place in the field of transport and forwarding. Based on the positive aspects and disadvantages of this recommendation for their use.

Keywords: cloud technologies, logistics, transportation, marketing.