

УДК 338

DOI: 10.26140/anie-2019-0803-0032

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКОГО  
ОПЕРАТОРА-КЛИЕНТА DIGITAL-АГЕНТСТВА**

© 2019

**Белозерцева Наталья Петровна**, кандидат экономических наук, доцент*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
(690014, Россия, Владивосток, улица Гоголя, 41, e-mail: belozer18@yandex.ru)***Гервас Ксения Евгеньевна**, ведущий специалист отдела управления Интернет-проектами  
*Digital-агентство «Concept Lab»**(690091, Россия, Владивосток, улица Комсомольская, 5а, e-mail: karakukaksuksu@gmail.com)*

**Аннотация.** Ежегодный прирост логистических компаний на рынке оценивается в среднем в 5%. Такое положение способствует тому, что предприятиям в своей деятельности необходимо совершенствовать логистический сервис и связь с потенциальной и существующей аудиторией. Последнее невозможно без присутствия логистического оператора в Интернете. Глобальный рынок электронной коммерции, основанный на Интернет-технологиях, предоставляет организациям, которые смогли успешно в него войти, ряд преимуществ, среди которых: увеличение доли рынка; сокращение общего временного промежутка, необходимого для вывода товара на рынок и поиска потенциальных партнеров; снижение затрат, связанных с продвижением товаров и услуг, предоставляемых компаниями на рынке, и доведением их до потребителя; возможность осуществления экспресс-анализа существующей ситуации на рынке услуг и оперативной реакции на нее; осуществление эффективного взаимодействия между продавцом и покупателем. Информационные технологии позволяют всем компаниям совершенствовать их экономическую деятельность, способствуют увеличению ее эффективности. Интернет является высоко конкурентной средой, а особенности поведения пользователей как потенциальных клиентов нуждаются в особом подходе к реализации логистических услуг ввиду отсутствия прямой коммуникации с ними. Результативность и конкурентоспособность логистических операторов зависит от степени развития и использования инновационных технологий в своей деятельности. В настоящее время компании используют современные инструменты продвижения собственных сайтов, уделяют особое внимание своему интернет-представительству, стремятся к максимальной клиентоориентированности. Соответственно, для того, чтобы вложения в Интернет-деятельность логистического оператора окупались и инструменты работали в полную силу, необходимо обеспечить интеграцию этой деятельности во внутренние процессы организации, что в результате позволит максимально быстро реагировать на запросы и обеспечивать достойный уровень сервиса. Если в штате организации отсутствует специалист, способный вести интернет-деятельность, необходимо делегировать эти функции и лучшим решением будет сотрудничество со специализированным агентством, готовым предложить оптимальный комплекс услуг, который в связке с налаженными внутренними процессами компании, позволит в короткие сроки увеличить эффективность маркетинговых усилий в Интернете.

**Ключевые слова:** интернет, глобальная сеть, интернет-технологии, информационная технология, логистический оператор, интернет-логистика

**THE USE OF INTERNET TECHNOLOGIES IN THE ACTIVITIES OF THE LOGISTICS  
OPERATOR AS THE CLIENT'S DIGITAL AGENCY**

© 2019

**Belozertseva Natalia Petrovna**, candidate of economic Sciences, associate professor*Vladivostok State University of Economics and Service  
(690014, Russia, Vladivostok, Gogol street, 41, e-mail: belozer18@yandex.ru)***Gervas Ksenia Evgenievna**, leading specialist of Internet project management department  
*Digital-agency «Concept Lab»**(690091, Russia, Vladivostok, Komsomolskaya street, 5A, e-mail: karakukaksuksu@gmail.com)*

**Abstract.** The annual growth of logistics companies in the market is estimated at an average of 5%. This situation contributes to the fact that enterprises in their activities need to improve logistics services and communication with potential and existing audience. The latter is impossible without the presence of a logistics operator on the Internet. The global e-Commerce market, based on Internet technologies, provides organizations that have been able to successfully enter it, a number of advantages, including: increasing market share; reducing the total time period required to bring goods to the market and search for potential partners; reducing the costs associated with the promotion of goods and services provided by companies in the market, and bringing them to the consumer; the ability to carry out an Express analysis of the current situation in the market of services and rapid response to it; implementation of effective interaction between the seller and the buyer. Information technologies allow all companies to improve their economic activities and increase their efficiency. The Internet is a highly competitive environment, and especially the behavior of users as potential customers need a special approach to the implementation of logistics services due to the lack of direct communication with them. The efficiency and competitiveness of logistics operators depends on the degree of development and use of innovative technologies in their activities. Companies use modern tools to promote their own sites, pay special attention to their online representation, strive for maximum customer focus, taking into account the characteristics of consumer behavior on the Internet. Accordingly, in order for investments in the Internet activities of the logistics operator to pay off and the tools to work in full force, it is necessary to ensure the integration of this activity into the internal processes of the organization, which as a result will allow to respond as quickly as possible to requests and provide a decent level of service. If the staff of the organization does not have a specialist capable of conducting Internet activities, it is necessary to delegate these functions and the best solution is to cooperate with a specialized Agency that is ready to offer the best range of services, which in conjunction with the established internal processes of the company, will allow in a short time to increase the effectiveness of marketing efforts on the Internet.

**Keywords:** Internet, global network, Internet technologies, information technology, logistics operator, internet logistics

В настоящее время существует большое количество определений такого понятия, как Интернет-технологии. В официальной терминологии понятие Интернет-технология трактуется как «технологии форматирова-

ния и передачи данных с использованием протоколов, являющихся стандартными и признанными самыми безопасными в сети Интернет» [1]. Автором учебных пособий С. Р. Гуриковым Интернет-технологии опре-

деляются в качестве «технологий создания и поддержки различных информационных ресурсов в компьютерной сети Интернет: сайтов, блогов, форумов, чатов, электронных библиотек и энциклопедий» [2]. В учебных пособиях СПбГУ за авторством И. А. Быкова Интернет-технологиями именуют все телекоммуникационные технологии, построенные на основе сетевой архитектуры и протоколе обмена данными TCP/IP [3]. Представленные определения демонстрируют разные подходы к пониманию рассматриваемого термина в зависимости от сферы его применения и подхода к компонентам Интернет-технологий как к физическим или логическим (рисунок 1). Определение С. Р. Гурикова является верным в рассмотрении Интернет-технологии как технологии проектирования и создания чего-либо в сети, в двух других случаях Интернет-технология – это конечный продукт, средство для доступа к распределенной информации в сети Интернет.

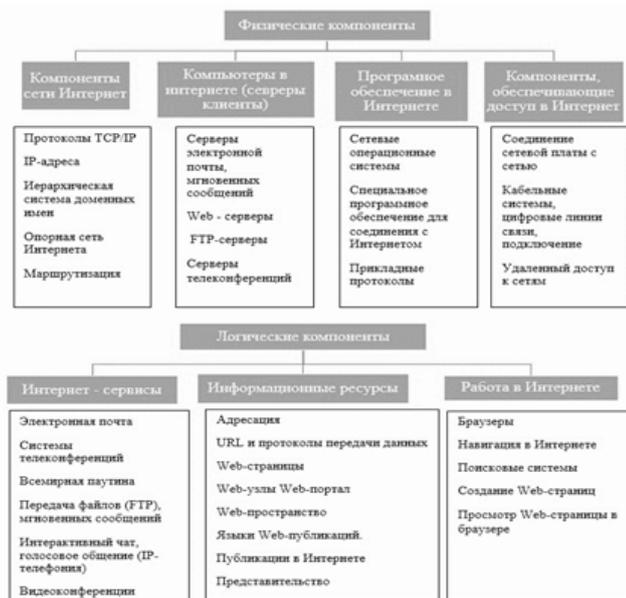


Рисунок 1 - Интернет-технологии в логическом и физическом аспектах (составлено автором)

Интернет сервисы — это те сервисы, которые могут быть предоставлены конечному пользователю при помощи Интернета [4]. Основными услугами (сервисами) Интернета являются: электронная почта, списки рассылки, телеконференции, сетевые новости, всемирная паутина и прочие, используемые, как простыми пользователями, так и предприятиями. Для логистических операторов, компаний, грузовладельцев и перевозчиков созданы специальные веб-сервисы автоматизации контроля перевозки грузов в режиме реального времени, которые они используют для улучшения сервиса в системе «Инtranет», созданной на базе интернет - технологий.

Инtranет (интрасеть) – это внутренняя компьютерная сеть организации, работающая по Интернет - протоколу TCP/IP. В интрасети содержится информация, необходимая сотрудникам для работы. Внутренняя организация компании на базе единой информационной сети повышает эффективность взаимодействия сотрудников и оптимизирует процессы планирования и управления [5].

Экстранет – это распределенная информационная среда, объединяющая все филиалы компании, ее партнеров и клиентов. Экстранет можно рассматривать как расширение инtranет, содержащее выделенные области, к которым разрешен доступ внешним пользователям. Компании в экстранет не только используют базы данных, но и организуют безбумажный документооборот [5]. Электронный документооборот существенно сокращает накладные расходы и делает отношения партнеров

«прозрачными». Внешнее взаимодействие с партнерами, поставщиками и клиентами на основе этой сети значительно увеличивает скорость обслуживания, качество сервиса и ускоряет коммуникацию с контрагентами.

Активным использованием Интернет-технологий в деятельности логистического оператора принято называть именно деятельность в среде «экстранет» или непосредственно в Интернете.



Рисунок 2 - Активное и пассивное использование Интернета в деятельности логистического оператора (составлено автором)

Активное использование Интернета для повышения интенсивности потока заявок на услуги транспортно-логистических компаний с формированием условий для самоорганизации клиентов - это уже необходимость. Без интенсивного потока заявок на услуги деятельность не будет экономически эффективной, а Интернет - одно из наилучших средств для привлечения широкого круга потребителей логистических услуг [6].

В таблице 1 представлена сводка средств, чаще всего активно используемых логистическими операторами в Интернет-деятельности

Таблица 1 - Часто используемые и мало применяемые средства логистического оператора в средах \*

Направления	Используемые средства	Неиспользуемые Интернет-технологии	Среда
Поддержание функционирования информационных систем	Интернет как технология передачи данных	Корпоративный портал	Инtranет
Оптимизация бизнес-процессов	Облачные BPM и CRM с функциями TMS/WMS Электронный документооборот GPS технологии Локальная сеть в офисе		Экстранет
Получение профессиональной информации и мониторинг рынка	Поискковые системы Региональные справочники Тематические и специальные сайты и порталы Собственный web - сайт		SMM и SEO Контекстная, таргетированная реклама Агрегаторы компаний
Маркетинговая и представительская деятельность, стимулирование сбыта.	Собственный web - сайт Справочники организаций и карты в Интернете Email маркетинг		
Направления	Используемые средства	Неиспользуемые Интернет-технологии	Среда
Поддержание деловой связи и обработка запросов	E-mail	IP телефония Чаты	Экстранет
Анализ маркетинговых инвестиций	Системы Яндекс.Метрика, Гугл.Аналитикс	Call-трекинг Системы сквозной аналитики	

\*составлено автором

Особенность использования Интернет-технологий логистическим оператором заключается в обеспечении и поддержании работоспособности информационных систем, которые, в свою очередь, способствуют совершенствованию его организационной деятельности в целях повышения ее эффективности. Современная логистическая компания - это уже не просто доставка из пункта «А» в пункт «Б», а сложная структура, которая постоянно расширяется и совершенствуется. Непрерывно создаются и внедряются решения не только для Интернет и офлайн-магазинов, бизнес-партнеров,

но и для конечных потребителей [7]. Помимо увеличения скорости доставки, логистические операторы активно внедряют предикативную логистику, то есть внедряют прогнозирование и Интернет вещей в свои цепочки поставок для того, чтобы улучшить показатели своего бизнеса и кастомизацию, которая стала возможна благодаря BigData [7]. Логистическими компаниями используются различные точки контакта с конечными покупателями в Интернете: сайты, личные кабинеты, виджеты, встраиваемые в платформу сайта, появляется интерес к чат-ботам и роботам - операторам. Операторы стремятся выстраивать коммуникацию с получателями, увеличивая конверсии повторных заказов и уровень лояльности клиента, тем самым повышая конкурентоспособность. Ввиду этого использование Интернет-технологий логистическим оператором тесно связано с Интернет-деятельностью, конечной целью которой является привлечение и удержание клиентов, реализация услуг, что немаловажно для увеличения оборота организации [8]. Основной Интернет-технологией является официальный сайт организации, который, в свою очередь, является представительством компании на рынке в глобальной сети. Такое представительство в Интернет-пространстве конечно же нуждается в определенном техническом обслуживании, продвижении, вложении и анализе эффективности его функционирования.

Потребность в использовании Интернет-технологий логистическими операторами продиктована следующими аспектами:

Во-первых, современный логистический оператор не может в своей деятельности обходиться без программного обеспечения, предназначенного для управления логистической цепочкой, ведь его наличие позволяет улучшить качество логистического сервиса, автоматизируя бизнес-процессы, увеличивая скорость обработки запроса и уменьшая шанс ошибок на различных этапах оказания услуги. Примером такого программного обеспечения можно назвать CRM, которая интегрируется с сайтом организации и бизнес-процессами логистического оператора вне интернета, создавая единую платформу и оптимизируя процесс хранения и обработки данных о грузоперевозках. Благодаря Интернет-технологиям сегодня программное обеспечение, предназначенное для управления логистической цепочкой, доступно для покупки прямо в сети, а в некоторых случаях, даже не требует установки или загрузки, такие технологии известны как «облачные» приложения [9].

Во-вторых, необходимо обрабатывать спрос на логистические услуги и взаимодействовать с клиентами в сети для расширения клиентской базы: при поиске информации о товаре или услуге люди все чаще обращаются к Интернету, в частности и к услугам перевозок или оформлению товара.

Графики в таблице 2, составленной по данным Яндекс.Wordstat демонстрируют, что спрос в Интернете на услуги логистических компаний в Приморском крае высок, хоть обладает сезонностью. Наиболее популярными направлениями являются доставка грузов из Японии и Китая.

Для создания и продвижения веб-сайта, необходимого для обработки спроса в сети требуются определенные навыки и на рынке появляются компании, которые готовы создать Интернет-представительство компании и грамотно его раскручивать. Их называют веб-студиями, Интернет или диджитал-агентствами. Диджитал-агентство – это организация, занимающаяся разработкой и продвижением Интернет-ресурсов в медиа-пространстве по всем направлениям, где используются цифровые медиа [10].

По результатам проведенного исследования digital-агентством были выявлены проблемы сайтов местных малых логистических операторов, неоптимизированный дизайн и отсутствие мобильной адаптации. Такие предприятия часто пренебрегают также формами

захвата контакта и дополнительными онлайн-сервисами для потенциальных и существующих клиентов.

Таблица 2 - Динамика популярности некоторых ключевых для логистической фирмы запросов \*

Запрос	Запросов в месяц на 11.18 (шт)	Динамика запросов по месяцам
Авиаперевозки грузов	27	
Перевозка сборный груз	47	
Жд перевозка грузов	104	
Таможенное оформление груза	114	
Морская перевозка грузов	160	
Автомобильные перевозки грузов	242	
Логистическая компания	359	

\*составлено автором

В результате оценки деятельности логистических компаний в Интернете digital-агентством сформированы рекомендации для совершенствования их официальных сайтов. Внедрение данных рекомендаций позволит подготовить существующие сайты к проведению рекламной кампании, увеличить эффективность маркетинговых усилий, увеличить число потенциальных клиентов и, соответственно, прибыль логистических организаций в целом. Приводятся следующие рекомендации для решения выявленных проблем и повышения эффективности сайтов логистических операторов:

1. Отсутствие интеграции сайта с CRM системой.

Возможные последствия:

- Уменьшение скорости обслуживания и трудности в аналитике и отслеживании источника обращений.

Возможные решения:

- Обновление CRM до последней версии, настройка интеграции с сайтом позволит эффективно управлять b2c/b2b продажами, реагировать на запросы в реальном времени;

- Регистрация на сайте, «личные кабинеты» клиентов позволят хранить данные о клиентах на сервере неограниченное количество времени, используя их в маркетинговых целях, для анализа и для улучшения клиентского сервиса.

2. Малая привлекательность сайта.

Возможные последствия:

- Посетители не совершают целевых действий и быстро уходят с сайта;

- Не создается образ современного предприятия;

- Не реализуется потенциал сайта в качестве основного инструмента для коммуникации с клиентом и привлечения большего числа заявок.

Возможные решения:

- Оптимизация юзабилити сайта;

- Для удержания пользователя внедрить всплывающее окно, привлекающие внимание и призывающие связаться с компанией;

- Подключение чат-бота позволит быстрее обрабатывать запросы посетителей (в режиме реального времени) и увеличит вероятность заключения сделки;

- Использование Email-маркетинга;

3. Отсутствие мобильной адаптации.

Возможные последствия:

- Сайт отображается некорректно, происходит длительная загрузка страницы, в связи с чем пользователи быстро покидают сайт компании.

Возможные решения:

- Адаптивная верстка и дизайн веб-страниц, обеспе-

чивающая правильное отображение сайта на различных устройствах, подключённых к Интернет-сети, и динамическая настройка под заданные размеры окна.

Логистическим операторам рекомендовано внедрение в деятельность IP телефонии и колл-трекинга, что позволит не только снизить стоимость связи в среднем на 70 % - 80%, но и предоставит возможности как для улучшения сервиса, так и для аналитики эффективности продвижения [11].

Также рекомендуется внедрить на сайты для клиентов услугу онлайн-отслеживания контейнеров. Как правило, логистические операторы предлагают сервис отслеживания груза бесплатно в рамках обслуживания. Если услугу перенести на официальный сайт, это разгрузит менеджеров, позволив клиентам самостоятельно уточнять статус своей доставки, без необходимости в дополнительной связи с филиалом.

Сформулированные рекомендации, выполнение которых позволит подготовить сайты логистических предприятий к проведению рекламной компании, повысит эффективность маркетинговых усилий, также будет способствовать увеличению числа потенциальных клиентов и соответственно - дохода организаций.

На практике доказано, что результатом Интернет-деятельности логистических компаний в сотрудничестве с digital-агентством, целью которого является продвижение и реализация услуг логистического оператора, стало существенное увеличение числа полученных качественных заявок от посетителей с сайта. Достичь этого результата позволило внедрение мероприятий, предложенных digital-агентством, а именно: оптимизация и доработка сайтов, увеличение их пользовательской привлекательности и конверсионности, привлечение трафика при помощи контекстной рекламы и SEO-оптимизации сайтов. Фактическая конверсионность сайтов в целом выросла в 2 раза и составила 1,6 %, число заявок выросло на 32 %.

Использование контекстной рекламы и SEO - технологий повлияло на узнаваемость логистических организаций в сети и число посетителей их сайтов. В результате посещаемость сайтов выросла на 40 % по сравнению с 2017 годом. Контекстная реклама сгенерировала 69 % качественных обращений с сайтов, поисковые системы – 21 %. Среднемесячное число брендовых запросов в сети увеличилось на 30 % по сравнению с 2017 годом, что говорит о том, что пользователи стали чаще интересоваться услугами логистических операторов, которые обращались к услугам digital - агентств.

Таким образом, использование Интернет-технологий в деятельности логистических операторов можно рассматривать не только в качестве инструмента оптимизации внутренних процессов компании и обеспечения деятельности информационных систем, но и в роли полноценного инструмента расширения клиентской базы и увеличения дохода компании в целом.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Постановление Правительства Москвы от 14.06.2005 № 439-ПП «О дальнейшем проведении работ по созданию московского городского портала». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://base.garant.ru/383405/>.
2. Гуриков С. Р. Интернет-технологии: учебное пособие. - М.: ФОРУМ: ИНФРАМ, - 2017. - 184 с.
3. Быков И. А. Интернет-технологии в связях с общественностью: учебное пособие / И. А. Быков, Д. А. Мажоров, П. А. Слуцкий, О. Г. Филатова. - СПб: Роза мира, - 2013. - 275 с.
4. Пахолкова А. Ю. Анализ новых информационных технологий, используемых в логистике [Электронный ресурс] // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2016 г.). Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/174/10535/>.
5. Амелин Р. В. Информационные технологии: учебное пособие. - Саратов: УЦ «Новые технологии в образовании», - 2015. - 80 с.
6. Сергеев В. И. Корпоративная логистика: 300 ответов на вопросы профессионалов. М.: ИНФРА-М, -2018. -867 с.
7. Горячева Н. Е. Процессный подход в управлении деятельностью логистического оператора. [Электронный ресурс] Электронный журнал «КиберЛенинка». Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsessnyyupodhodvupravleniideyatelnostyulogisticheskogoopera toraskladskihuslug>

8. Кудряшов А. А. Электронный бизнес: учебное пособие. - Самара: ПГУТИ, - 2017. - 176 с.

9. Сергеев В. И. Перспективы развития информационной логистики и SCM в России. Логистика и управление цепями поставок. - М.: Школа логистики НИУ ВШЭ, - 2017. - 105 с.

10. Исследовательское агентство RUWARD. Russian Digital Profile 2018. [Электронный Ресурс]. Режим доступа: <http://www.ruward.ru/russiandigitalprofile2018/>.

11. Инькова Н. А. Современные Интернет-технологии в коммерческой деятельности: учеб. пособие. - Издательство «ОмегаЛ» (Библиотека высшей школы), - 2013. - 188 с.

Статья поступила в редакцию 14.07.2019

Статья принята к публикации 27.08.2019