

4. Расширение социальной коммерции.

Социальные медиа-платформы, такие как Instagram, Pinterest и Facebook, давно используются брендами для продажи своей продукции. Социальная коммерция стала новым розничным проспектом для брендов, и эта тенденция будет только усиливаться.

Социальная коммерция постепенно превращается в основной канал розничной торговли наравне с другими средами, такими как веб-сайты и офлайн-магазины. Эта тенденция будет еще больше усиливаться с появлением все большего количества социальных сетей, которые будут предлагать такие функции, как продажа через посты.

Социальные сети непрерывно развиваются и превращаются в розничные платформы, начиная от покупок и заканчивая витринами в Instagram. Бренды и маркетологи будут использовать их и включать социальную коммерцию в свои стратегии продаж.

5. Доминирование видеоконтента.

Видеоконтент является одной из наиболее привлекательных форм контента и вскоре станет явным победителем среди всех других типов контента. Будь то короткие видео, такие как популярные на TikTok или Stories, или длинные видео на YouTube, видео - это будущее контента социальных сетей.

Согласно исследованию Cisco, к 2022 году 82% всего онлайн-контента будет видеоконтентом. Это ясно показывает, насколько важно начать использовать видеоконтент, чтобы оставаться актуальным в области социальных сетей [5].

Это основные тенденции, которые будут доминировать в социальных сетях в 2020 году. Компаниям необходимо использовать эти тенденции в своих интересах для того, чтобы опережать своих конкурентов.

Список литературы

1. Instagram Stories: The Complete Guide to Using Stories [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://buffer.com/library/instagram-stories> (23.01.2020)

2. Number of daily active Instagram Stories users from October 2016 to January 2019(in millions) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.statista.com/statistics/730315/instagram-stories-dau/> (23.01.2020)

3. Instagram Stories Research [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.socialinsider.io/blog/instagram-stories-research/#month> (25.01.2020)

4. Most popular social networks worldwide as of October 2019, ranked by number of active users [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (25.01.2020)

5. Cisco Visual Networking Index: Forecast and Trends, 2017–2022 White Paper [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/white-paper-c11-741490.html> (26.01.2020)

«Цифрлы Жібек жолы» - цифрландыру саласындағы туризмнің дамуына digital-маркетингтің әсері

Н.Б.Хасенханов¹, А.М.Кожамсеитова²

¹Маркетинг кафедрасының аға оқытушысы э.ғ.м.

²«Туризм» мамандығы бойынша 1 курс студенті
nurshuak.mail.ru@mail.ru, kozhamseitova.a@bk.ru

^{1,2} Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Қазақстанда "Цифрлық Қазақстан" бағдарламасы әзірленді, ол республикада технологиялардың жылдам өсуінің және қызмет көрсетудің электрондық форматына қайта бағдарлаудың негізі болуға тиіс. "Цифрлы Қазақстан" бағдарламасының негізгі бағыттарының бірі. "Цифрлы Жібек жолын іске асыру" бағыты туризмнің дамуына, елдің беделінің артуына ықпал етері анық. Цифрлы жібек жолы - цифрландыру саласындағы елдің дамуына бағытталған қызмет саласы болып табылады.

Кілт сөздер: Цифрлық Қазақстан, туризм, Цифрлық Жібек жолы, Digital-маркетинг.

Цифрландыру-бұл қалаған нәтижені алу құралы, атап айтқанда клиенттерге оң нәтиже беретін икемді өндіріс, ал өндірушілерге жоғары пайда әкелетін құрал. Сандық трансформация-бұл кәсіпорынды ағымдағы жағдайдан "икемді" жағдайға ауыстыру үдерісі.

Қазақстан Республикасының тұңғыш Президенті Н.Ә. Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы аясында «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы 10 қаңтар 2018 жылы қабылданды.

«Цифрлық Қазақстан» кешенді бағдарламасының мақсаттарын айта кететін болсақ:

1. Қазақстан Республикасы экономикасының даму қарқынын жеделдету және халықтың өмір сүру сапасын жақсарту.

2. Экономиканың түбегейлі жаңа траекториясына - болашақтың цифрлық экономикаға өтуі үшін жағдай жасау.

Бағдарламаны жүзеге асырудың бес негізгі бағыты бар, олар:

1. "Экономика салаларын цифрландыру" – еңбек өнімділігін арттыруға және капиталдандырудың өсуіне алып келетін озық технологиялар мен мүмкіндіктерді пайдалана отырып, Қазақстан Республикасы экономикасының дәстүрлі салаларын түрлендіру бағыты.

2. "Цифрлық мемлекетке көшу" - қажеттіліктерін күні бұрын біліп халық пен бизнеске қызмет көрсету инфрақұрылымы ретінде мемлекеттің функцияларын түрлендіру бағыты.

3. "Цифрлық Жібек жолын іске асыру" - ішкі контур үшін де, Қазақстан Республикасының транзиттік әлеуетін іске асыру үшін деректерді берудің, сақтаудың және өндеудің жылдамдығы жоғары және қорғалған инфрақұрылымын дамыту бағыты.

4. "Адами капиталды дамыту" - жаңа жағдайға - білім экономикасына көшуді қамтамасыз ету үшін креативті қоғамды құру, түрлендіру бағыты.

5. "Инновациялық экожүйені құру" - бизнес, ғылыми сала және мемлекет арасындағы орнықты көлденең байланыстармен технологиялық кәсіпкерлік пен инновацияны дамыту үшін жағдай жасау бағыты. Мемлекет инновацияларды өндіріске шығаруға, бейімдеуге және енгізуге қабілетті экожүйе катализаторы ретінде әрекет етеді.[1]

«Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасына сәйкес республика жаңа технологияларды игерудегі өзінің жолын басынан бастамағаны бізге мәлім. Осылайша, 90-шы жылдары үдемелі индустриялық-инновациялық дамудың мемлекеттік бағдарламасы іске қосылды, яғни «Болашақ» халықаралық білім беру бағдарламасы басталды, ал 2005 жылы «электрондық үкіметті» құру бастамашылыққа алынды.

Сондай-ақ, Қазақстанда инновациялық экожүйенің бірқатар элементтері құрылды, «Алатау ИТП» АЭА, «Назарбаев Университеті» ДББҰ жұмыс істейді, «Астана» хаб халықаралық технопаркі іске қосылды. Еліміздегі ересек тұрғындардың 3/4-і цифрлық сауаттылықтың базалық деңгейін меңгерген, 3/4-тен астамына Интернет желісі қол жетімді.

Ақпараттық қоғамға көшу үшін жағдай жасаудағы қадамдарының бірі 2013 жылы бекітілген «Ақпараттық Қазақстан-2020» мемлекеттік бағдарламасы болды. Бұл бағдарлама негізінде ел экономикасын цифрлық түрлендірудің негізі ретінде келесі факторлардың дамуына ықпал етті: ақпараттық қоғамға көшу, мемлекеттік басқаруды жетілдіру, «ашық және мобильді үкіметтің» институттарын құру, тек қана корпоративті құрылымдар үшін ғана емес, сонымен бірге ел азаматтары үшін де ақпараттық инфрақұрылымның қол жетімділігі.

Цифрландыру барлық салаларға әсер етуде және шикізат емес салалардың әлеуетін әртараптандыру және ашу, стартап қызметін ынталандыру, сондай-ақ, жаңа өндірістер ашу жолымен Қазақстан экономикасының құрылымын өзгертуге әкеледі.[2]

Қазақстанда жаппай цифрландыру аясында туризм индустриясын цифрландыру бойынша жұмыс басталды. Электрондық қонақ үй - осы бағыттағы ең ірі жобалардың бірі болып саналады.

Жыл сайын Қазақстанға туристердің саны артуда, өйткені виза алу, орналасу, ойын-сауық пен қызмет көрсету саласы үшін барлық жағдайлар жасалуда. Бүгінгі таңда цифрландыру негізінде туризм саласындағы көптеген сұрақтар мен мәселелер шешу жеңілдеу болды. Мысалы, электронды виза қазіргі таңда жұмыс істеуде, ал Е-отель өз жұмысын 2019 жылдың соңында бастады.

Бүгінгі таңда 60-тан астам елдің азаматтары Қазақстанға визасыз кіруге құқылы. Қалғаны үшін бұл порталдар жұмыс істейді. 1 қаңтардан бастап шамамен 120 елдің өкілдері үйден шықпай-ақ электронды виза алуға өтініш бере алады.[3]

Туризм индустриясын цифрландыру деп нені айтамыз? Бұл бірыңғай туристік порталға қызмет көрсету, кең сандық науқан және электронды туризмді дамыту (геймификациясының элементтерімен туристік ресурстарды цифрландыру; 3D визуализация - кеңейтілген шындықтың 3D модельдері мен қосымшаларын құру).[4]

“Цифрлы Қазақстан” бағдарламасының негізгі бағыттарының бірі “Цифрлы Жібек жолын іске асыру” бағыты туризмнің дамуына, елдің беделінің артуына ықпал етері анық.

Цифрлы жібек жолы - цифрландыру саласындағы елдің дамуына бағытталған қызмет саласы болып табылады.

Сондай-ақ цифрлық жібек жолы Интернетке жоғары жылдамдықты, қауіпсіз қол жетімділікті және сапалы ұялы байланыспен қамтамасыз етеді.

2022 жылға қарай не өзгереді:

Қазақстан халқын сапалы, үздіксіз 4G-мобильді желісімен қамту.

АКТ даму деңгейі ТОП-30 елдің деңгейіне жетеді.

Киберқауіпсіздікті арттыру үшін Big Data, зиянды кодтар мен кибер инциденттерді талдайтын инновациялық зертханалар құрылады.

Яғни, осы жоғарыда айтып кеткендей 2022 жылға дейін бұл өзгерістер енгізіліп, жүзеге асырылса, онда “ Цифрлық Жібек жолы ” бағдарламасын сәтті деп есептеуге болады. [5]

Қазіргі таңда Біріккен Ұлттар Ұйымының Дүниежүзілік Туризм Ұйымы (ЮНВТО), өзінің мыңжылдық табиғи және мәдени байлығына сүйене отырып, Біріккен Ұлттар Ұйымының серіктес ұйымдарымен және ЮНВТО-ға мүше мемлекеттермен бірлесіп, біздің ойлауымыз бен көзқарасымызды өзгерте алатын бағытқа жаңару және жаңа мән беру үшін қарқынды жұмыс істеуде. Бағдарламаның негізгі мақсаты - Жібек жолы бойындағы тұрақты туризмді нығайтуға, бәсекеге қабілеттілікке және дамуға ықпал ету.

Сондай-ақ, 2017 жылы International Forbes журналы Жібек Жолын сол кезеңдегі ең қуатты әлемдік брендтердің бірі деп атап кеткен болатын. Бұл бренд халықаралық қауымдастықтың назарын аударғанына қарамастан, Жібек жолы бойындағы туризм маркетингтік тұрғысынан өте аз белгілі. ЮНВТО-ның зерттеулері Жібек жолының айтарлықтай өсу әлеуетіне ие екендігін көрсетті. 2011 жылы жүргізілген нарықтық зерттеулерге сәйкес, Жібек жолы - интернеттегі әлемдегі ең көп талқыланатын бағыт екені белгілі болды: 300 мыңға жуық блог пен әлеуметтік желілердегі сайттардың 30% -ы Жібек жолына арналған.

Осы нарық туралы білімді арттыру үшін, Жібек Жолының ЮНВТО бағдарламасы әлемдегі ең ірі туристік портал TripAdvisor-мен бірлесе отырып, Silk Road Tourism Trends сериясынан жыл сайынғы жарияланымдар шығарады.

Жақында ЮНВТО-ға арналған TripAdvisor жүргізген 18000 саяхатшының сауалнамасы 10 респонденттің 8-і Ұлы Жібек жолына саяхаттауға дайын екендіктерін білдірді. Бұл сауалнама сонымен қатар Жібек жолы бойымен саяхаттау тұтынушылар үшін өте қажет және қызығушылық туғызатындығын көрсетті.

Сауалнамаға жауап берушілердің 61%-ы Жібек жолының байырғы қалаларында болып қайтқысы келетінің атап өтті.

58%-ы Ұлы Жібек жолында орналасқан ЮНЕСКО - ның Бүкіләлемдік нысандарын көргісі келетіндерін білдірді.

39%-ы жергілікті фестивальдер мен басқа да іс шараларға қызығушылық танытатындықтарын айтты.

16%-ы көшпенділермен саяхаттап, киіз үйде түнегенді қалайтындарын білдірді.

11% -ы әлемдегі ең биік тау шыңдары орналасқан Памир тауларында серуендеуді қалаймыз деп жауап берді.[6]

Жоғарыдағы зерттеу нәтижелеріне сүйене отырып, өз ұсынысымды ұсынбақшымын. Ол “Цифрлық Жібек жолы” бағыты негізінде цифровизацияланған виртуалдық көзілдіріктің көмегімен дәл Ұлы Жібек жолының өзіне түсу. Яғни, Ұлы Жібек жолы маңындағы байырғы қалалар, жәрмеңкелер, биік тау шыңдарына көтерілу және аралау мүмкіндігі туады. Осынау тарихи жерде виртуалды түрде болу, сондай-ақ аралау қол жетімді болады. Менің ойымша, бұл көптеген туристтерге түсіп тұрған бірден-бір мүмкіндік.

Бұл жаңаша өнімді маркетинг арқылы алға жылжытуға болады. Маркетингтің мәні - қажетті тауарды немесе қызметті қажетті уақытта және қажет жерде ұсыну болып табылады. Яғни, қарастырып жатқан тақырып өте орынды, өзекті себебі киелі орындарды тану елдің рухын жаңғырттары анық. Сонымен қатар туризмнің дамуына тың серпіліс береді. Айта кетерлік жағдай өнімді жылжытуда интернет маркетинг, әлде тағы да басқа маркетинг түрлері емес, “Цифрлық маркетинг” (Digital-маркетинг) қолдану басты назарда. “Цифрлық маркетинг”-бұл тұтынушыларды тарту және ұстап тұру үшін сандық арналарды пайдаланатын тауарлар мен қызметтерді сатуды қарастырады. Сонымен қатар, Цифрлық маркетинг – желіде және желіден тыс (оффлайн) кез-келген цифрлық медиадағы жарнаманы қарастырады.[7] Яғни, осы “цифрлық

маркетинг” көмегімен “Цифрлық Ұлы Жібек жолы” негізіндегі менің ұсынысымды алға тартуға және сұранысқа ие болуына септігін тигізеді деген ойдамын.

Әдебиеттер тізімі

1. <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1700000827>
2. <https://kapital.kz/tehnology/77003/chto-zhdet-tsifrovoy-kazakhstan.html>
3. <https://www.zakon.kz/4969369-tsifrovoy-turizm-kak-eto-i-chto-iz.html>
4. <http://apgazeta.kz/2018/09/14/cifrovizaciya-i-turizm-vozmozhnosti-bez-granic/>
5. <https://www-zakon-kz.cdn.ampproject.org/v/s/www.zakon.kz/amp/4969015-chto-takoe-tsifrovoy-shelkovyy-put.html>
6. <http://www.ictsd.org/bridges-news>
7. <https://blog.ringostat.com/ru/digital-marketing-chto-eto/>

Репозиторий Қарғу