

6. Котлер, П., и Леви, С.Дж. (1969). Расширение концепции маркетинга. Журнал маркетинга, 33, 10-15.

7. С.Г. Камолов П.В. Артемова «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ» Учебное пособие// <https://mgimo.ru/upload/iblock/edf/kamolov.pdf>

8. Шиллер Г. «манипуляторы сознанием» /перевод с англ/ <https://psyfactor.org/infmanipulat2.htm>

9. Акдениз Я. Свобода выражения мнения в Интернете: Исследование правовых норм и практик, связанных со свободой выражения мнения, свободным потоком информации и плюрализмом СМИ в Интернете в государствах-участниках ОБСЕ. – Вена: Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, 2011. См. <http://www.osce.org/ru/fom/89063>

10. Концепция Внешней Политики РК на 2020-2030 гг, 2018. – URL: https://www.akorda.kz/ru/legal_acts/decrees/o-koncepcii-vneshnei-politiki-respubliki-kazahstan-na-2020-2030-gody

11. Феоктистова О.С. О сущности маркетинга в государственном управлении // ТППИ. – 2012. - С.220-222.

12. Беляков Д. Проблемы социальной рекламы. Интернет ресурс: www.admarket.ru.

Роль цифровых продуктов в развитии туризма в Казахстане

Д.Д. Гребенюк¹, А.И. Смирнова²

¹м.э.н., преподаватель кафедры маркетинга,

²студент 1 курса образовательной программы «Туризм»

dasha120598@mail.ru, nastia.smirnova.2004@gmail.com

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

Аннотация: в статье представлены цифровые продукты, которые оказывают существенное влияние на развитие туризма в Казахстане, среди которых выделены туристско-информационные порталы, продукты финансовых экосистем, направленных на развитие внутреннего туризма в стране.

Ключевые слова: цифровой продукт, цифровые технологии, туристско-информационные платформы, цифровой контент.

В современном мире цифровые технологии внедряются во все сферы деятельности человека. Цифровые технологии ускоряют процесс работы различных предприятий, компаний, сфер обслуживания, также играют особую роль в развитии туризма. Цифровые технологии во многом облегчают организацию деятельности субъектам туристского бизнеса, а также являются «умными ассистентами» для туристов. Благодаря данным технологиям у туроператоров открывается возможность автоматизировать и совершенствовать процесс предоставления услуг туристам (Amadeus, Galileo, Sabre и др.), отслеживать путешествие клиента, а турист в свою очередь может оценивать качество предоставляемого сервиса, использовать дополнительные ресурсы. Цифровые технологии в туризме можно разделить на такие группы как транспортные технологии, мессенджеры, умные мобильные технологии, различные туристско-информационные порталы, искусственный интеллект, дополненная и виртуальная реальность (AR-VR), “Blockchain”, BigData и другие [1].

Стоит отметить, что цифровые технологии используют для узнаваемости, повышения продаж и для создания определённых трендов, связанных с их деятельностью. Цифровые технологии стали все чаще использоваться в туризме. Интернет является основным

источником получения туристской информации. Как отмечал, директор департамента PR и маркетинга АО “Kazakh National Tourism, а именно «на сегодняшний день порядка 3,5 млрд. человек имеют доступ в интернет. В это число входят люди всех возрастных групп, с разным заработком и социальным статусом. Данный показатель растет с каждым годом. Если раньше считалось, что интернетом в основном пользуется молодежь, то в данный момент все больше и больше взрослого и пожилого населения, особенно за рубежом, ежедневно пользуются социальными сетями и используют интернет для поиска информации» [2].

В этой связи, туристская отрасль активно развивает на протяжении последнего десятилетия свое присутствие в сети Интернет. Наиболее яркими примерами цифровых продуктов туризма в сети Интернет являются e-commerce порталы, среди которых необходимо выделить: сервисы бронирования туристских услуг (объектов размещения, транспортных услуг, развлекательных, экскурсионных, питания и др.), туристско-информационные порталы, обзорные туристские сайты (TripAdvisor), путеводители, аудиогиды, онлайн-переводчики (аудио и текстовые), приложения с возможностями дополненной реальности, онлайн-карты (Google Maps, Google Earth, Яндекс.Карты), онлайн-ресурсы туристского контента (Google Arts&Culture), сайты музеев и галерей (предоставляющие возможности виртуальных экскурсий и осмотра объектов в 3D), онлайн-платформы туроператоров для поиска туров турагентом (Kazunion, Teztour), онлайн-поиск туров от экосистемы банка.

Туристско-информационные порталы и приложения должны включать в себя качественный контент (фото, видео, текст и др.), а также удобный, интуитивно понятный интерфейс. В соответствии с данными статистического портала Statista, среди мобильных приложений, самым загружаемым стал Uber в 2020г. (95 млн. загрузок на IOS и Google Play), Google Maps (88 млн.) и Google Earth (61 млн.), заняв вторую и третью позиции в рейтинге. Загрузки Booking.com составили 50 млн. в 2020 году. Самым посещаемым туристским порталом во всем мире на июль 2021г. стал TripAdvisor.com (только за июль 2021г. – 172,5 млн. посещений), Expedia.com (94млн. посещений) и eastday (45 млн. посещений), которые заняли вторую и третью позиции [3]. Также, примерами туристских порталов являются известные во всём мире Busbud, Tripping, Holidaypirates, Prosto-poputchik, Drungli, Couchserfing и многие другие. Безусловно, пандемия повлияла на использование туристских сервисов, на количество поисковых запросов в сети Интернет о туризме, не исключая возросшую популярность виртуальных туров и экскурсий.

В Казахстане разрабатываются сайты, которые успешно функционируют на рынке туризма Казахстана. Данные онлайн-ресурсы оказывают информационную помощь туристам, впервые приехавшим в Казахстан, а также внутренним туристам.

Таблица 1

Туристские онлайн-порталы/сервисы информационной поддержки туристов в Казахстане

Наименование	Описание
Almaty 72	Данный онлайн продукт создан для гостей города, посещающих его от 72 часов и более. Представляет собой универсальный чек-лист того, что можно посетить в городе за это время.
Visitalmaty	Ресурс был запущен в 2017 году, а также параллельно открыты аккаунты в социальных сетях. На базе платформы создан единый событийный календарь со всеми предстоящими событиями в жизни города. Открыты несколько туристских информационных центров, которые начали активное сотрудничество с международной трэвел-платформой TripAdvisor. Также сайт содержит информацию о ключевых объектах туристской инфраструктуры города и карты, по которым достаточно легко проложить маршрут к интересующим туриста местам.
VisitAqmola	Интернет-ресурс Акмолинской области; представляет собой цифровую платформу с

	широкоформатным видео, актуальным контентом и удобным интерфейсом. На сайте представлена информация о достопримечательностях, проведенных и планируемых туристских мероприятиях и многом другом. В рамках реализации концепции цифровизации региона, в городе Нур-Султан и поселке Бурабай установлены туристские информационные киоски.
Visiteast.kz	Гид по удивительным местам Восточного Казахстана, возможность ознакомиться с основными достопримечательностями региона, запланировать поездку, виртуальные туры по региону, тарифы, стоимость туров. Туристу предоставляется возможность скачать путеводители по региону, а также информация для туристов о коронавирусной инфекции.
Visit-shymkent.kz	Сервис, предоставляющий гид по городу, по объектам туристского показа; представлена информация о видах туризма, маршрутах, календаре событий, транспорте, объектах размещения, объектах продажи сувенирной продукции, билеты на праздничные мероприятия.
Visit-uralsk.kz	Платформа, представляющая информацию о регионе, туристских объектах, имеет интерактивную карту туризма, туристских маршрутах и путешествиях в период пандемии, также топ-10 объектов для посещения.
Visit-mangystau.kz	Портал дает возможность ближе ознакомиться с туристским потенциалом Актау, предоставляет новости, гид по достопримечательностям, также новости о Мангыстау.
CityPass.kz	Платформа специально разработана для предоставления путешественникам возможности приобретения CityPass онлайн для посещения ключевых достопримечательностей и экскурсий со скидкой в таких городах Казахстана, как Алматы, Нур-Султан, Бурабай (курорт Боровое).
Примечание – составлено авторами на основе источников [4-8]	

Необходимо отметить, что туристско-информационные центры Visit представлены и в других городах нашей страны, в том числе в Актобе, Таразе, Нур-Султан, Семей, Туркестане, Кызылорде и других городах. Кроме отечественных туристско-информационных порталов, информация о Казахстане представлена в следующих цифровых продуктах: indyguide.com (приключенческие туры по стране, подсказки для туристов, виртуальные экскурсии, рекомендации от других туристов, информация о профилях туристов и популярных запросах на портале и др), lonelyplanet.com (онлайн-путеводитель по странам, в том числе по Казахстану) и другие [9,10].

Развитию туризма в Казахстане уделяется особое внимание – разработан ряд программ и концепций для развития туристской отрасли. Среди них: Государственная программа развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы. Так, первоочередной задачей данной программы стала модернизация системы управления и мониторинга развития туристской отрасли, поэтому было произведено обновление следующих онлайн-порталов [11].

Таблица 2

Туристские онлайн-порталы в рамках реализации программы развития внутреннего туризма в стране

Наименование	Описание
«ТУРСТАТ»	Информационная система Турстат осуществляет статистический учет туристской деятельности в республике и предоставляет аналитику туристского потока в разных разрезах.
Информационная система «e-Qонақ»	Информационная система для сбора и учета туристского потока и миграционного контроля. Система создана Министерством Культуры и Спортa при содействии Министерства Внутренних дел Республики Казахстан.
Национальный туристский портал «Kazakhstan.travel»	Информационный ресурс с объектами туристского показа, в том числе сведения об услугах, гидах, рекреациях и др.
Автоматизированная	Сервис мониторинга и контроля процессов реализации проектов, в том числе

информационная система управления проектами «ViewProject»	загружены проекты цифровых многослойных карт.
Информационная система «Tourstat.kz»	Важный ресурс с «банком» статистической информации в туристской отрасли, а также с современными инструментами визуализации массивов данных.
Онлайн-платформа «Туризм онлайн»	Данная онлайн-платформа предназначена для формирования туристской экосистемы, объединяющей участников рынка с помощью единой коммуникационной платформой. Данная платформа открывает доступ к туристской информации, а также позволяет в режиме реального времени обмениваться важной информацией и коммуницировать с заинтересованными субъектами.
Примечание – составлено авторами на основе источника [12]	

Необходимо отметить, что в настоящее время в Казахстане в развитии туризма весомое значение имеют цифровые продукты, среди которых, нами были рассмотрены отечественные туристско-информационные порталы. Контент, используемый для наполнения приведенных онлайн-ресурсов, играет определяющую роль в их актуализации и популяризации среди въездных и внутренних туристов. Как известно цифровые продукты в Казахстане - это не только туристско-информационные порталы, но и цифровые продукты (приложения) отечественных банков (Kaspi Travel, Forte Travel, Halyk Travel, Travel.Sberbank.kz и др.), которые предоставляют возможность планирования путешествия по выгодным условиям, как в пределах страны, так и за рубежом. Определенно, все цифровые продукты на казахстанском рынке должны отличаться актуальностью, качеством и оригинальностью, представляемого контента и уровнем технической поддержки.

Список литературы

1. Ясенюк С.Н. Цифровые технологии в туризме: понятие, виды и тенденции развития / Ясенюк С.Н., Фахратов Э.Т. // Туризм и гостеприимство в мейнстриме цифровой экономики. – 2020. – С. 119-123.
2. Орлова Т.С. Промышленно-Туристическая интеграция в условиях цифровизации/ Орлова Т.С., Чикурова Т.Ю. // Цифровая трансформация общества, экономики, менеджмента и образования. – 2019. – С. 58-63.
3. Digitalization of the travel industry – statistics & facts /Электронный ресурс/ <https://www.statista.com/topics/7589/digitalization-of-the-travel-industry/> [Дата обращения 14.11.2021]
4. Мамраева Д.Г. Современное состояние туризма в Казахстане: ключевые тренды / Мамраева Д.Г., Ташенова Л.В. // Вектор экономики. – 2019. – №10.
5. Visit East Qazaqstan /Электронный ресурс/ <https://visiteast.kz/> [Дата обращения 14.11.2021]
6. Путеводитель «Шымкент» /Электронный ресурс/ <https://visit-shymkent.kz/> [Дата обращения 14.11.2021]
7. Visit Uralsk Kazakhstan /Электронный ресурс/ <https://visit-uralsk.kz/ru/> [Дата обращения 14.11.2021]
8. Visit Mangystau /Электронный ресурс/ <https://visitmangystau.kz/ru/> [Дата обращения 14.11.2021]
9. Kazakhstan Tours & Travel Guides /Электронный ресурс/ <https://indyguide.com/kazakhstan> [Дата обращения 14.11.2021]

10. Lonely planet Kazakhstan /Электронный ресурс/
<https://www.lonelyplanet.com/kazakhstan> [Дата обращения 14.11.2021]

11. Государственная программа развития туристской отрасли РК на 2019-2025 годы /Электронный ресурс/ <https://primeminister.kz/ru/gosprogrammy/gosudarstvennaya-programma-razvitiya-turistskoy-otrasli-rk-na-2019-2025-gody-9113437> [Дата обращения 13.11.2021]

12. Внедрение новых цифровых инструментов на службе туристической эко-системы / Электронный ресурс/
<https://www.gov.kz/memleket/entities/tourism/press/news/details/146893?lang=ru> [Дата обращения 13.11.2021]

Digital маркетингтегі жаңашыл трендтер

А.Т.Искакова¹, Ш.Б.Джумабаева², А.Т.Кулдеева³

¹Маркетинг кафедрасының оқытушысы

²Маркетинг кафедрасының аға оқытушысы

³«Логистика» мамандығының 4 курс студенті

aigerima.iskakova@mail.ru, sholpan_dzhumabaeva11@mail.ru, kuldeeva.aiken@mail.ru

^{1,2,3} академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада цифрлық маркетингтің артықшылықтары, оның дәстүрлі маркетингтан айырмашылығы туралы айтылған. Соңғы жылдардағы маркетингтік трендтер қарастырылған. Сонымен қатар, жаңашыл трендтердің мазмұны, тиімділігі және тұтынушылардың сұраныстарына қаншалықты икемді жауап беретіндіктері туралы жазылған.

Түйінді сөздер: цифрландыру, цифрлық маркетинг, автоматтандыру, маркетингтік құралдар, интернет.

2019 жылы пандемияның басталуы экономикаға, жалпы қоғамның барлық саласына айтарлықтай әсер етті. Әлем бізге өзінің тұрақсыздығын тағы бір дәлелдегендей болды. Дегенмен, цифрландырылған салалар бұл өзгерістердің арқасында біршама алға жылжыды. Қазіргі таңда цифрландыру процесстеріне мән бермеу мүмкін емес. Себебі, Industry 4.0 жағдайында барлық салаларды автоматтандыру тоқтамай жүріп жатыр. 2017 жылы цифрлық революция шешуші кезеңге өтті – жердің әрбір екінші тұрғыны Интернетке қосылды. McKinsey жаһандық институтының бағалауы бойынша, таяудағы 20 жылдың өзінде әлемдегі өндірістік операциялардың 50%-ға дейіні автоматтандырылуы мүмкін.[1]

Цифрлық дәуірде компаниялар өздерінің бизнес-моделінің барлық элементтерін – клиенттерімен қарым-қатынастан бастап жеткізушілермен өзара әрекеттесуге дейінгі барлық іс-әрекеттерін түбегейлі қайта қарастыруы керек. Өйткені, бүгінгі нарықтар «цифрландыруға» ұшырауына байланысты ондағы қатынастар мен процесстер де өзгерді.

Біз әлеуметтік желілерде отырамыз, электрондық пошталарды қолданамыз, Instagram-да фотосуреттер орналастырамыз және YouTube-тегі бейнелерді көреміз; мұны әрдайым және кез келген жерде жасай аламыз. Медиа ресурстарды пайдалану құрылымы түбегейлі өзгерді, сәйкесінше маркетингте де түбегейлі өзгерістер болды. Дәстүрлі жарнама жастарды аз қызықтыратындықтан, интернет брендтердің танымалдылығын арттыру және оларға деген сенімді нығайту бойынша тұрақты жұмыста маңызды рөл атқара бастады.

Осыған байланысты маркетингтік стратегияларды қайта қарастыру шаралары жүзеге асырылуда: бірінен кейін бірі орын алатын жеке ауқымды науқандарды жоспарлаудың