

Қорыта айтқанда, көптеген әлеуметтік желілер қолданушыларға белгілі бір жеке, демографиялық және географиялық ақпаратты енгізуге, маркетингшілерге өз хабарламаларын мақсатты аудиторияға бағытталуға мүмкіндік береді. Бұл бизнеске маркетингтік бастамалардың дұрыс аудиторияға мұқият бағытталуын қамтамасыз етуге көмектеседі.

Әдебиеттер

1. Сандық бизнес және электрондық коммерцияны басқару: стратегиясы, қолданысы мен практикасы: Оқулық./ Дэйв Чаффей. – Алматы: ЖШС РПБК «Дәуір», 2017.-520 б.
2. <https://www.smartinsights.com>

Ахтамьянов Д.Ф., магистрант 1-го года обучения по специальности «Туризм»
(Карагандинский университет Букетова)
Научный руководитель - PhD, ассоциированный профессор Аяганова М.П.

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОДВИЖЕНИИ ТУРИСТСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ: АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТРЕНДОВ

Цифровые технологии продолжают изменять индустрию туризма, предоставляя компаниям новые возможности для эффективного продвижения своих услуг. В данной статье мы рассмотрим ключевые аспекты использования цифровых инструментов в продвижении туристских направлений, а также проанализируем современные в этой области.

Контекстная реклама, также известная как PPC (pay-per-click), представляет собой эффективную стратегию интернет-рекламы, где рекламодатели платят за каждый клик на свое объявление. Эта форма рекламы обеспечивает быстрый доступ к потенциальным клиентам, позволяя компаниям привлекать внимание к своим туристским продуктам и услугам. Ключевым преимуществом контекстной рекламы является возможность точечного таргетирования аудитории на основе выбранных ключевых слов и параметров, что позволяет улучшить конверсию и повысить эффективность рекламной кампании.

SEO, с другой стороны, направлен на улучшение видимости веб-сайтов компаний в органических результатах поисковых систем. Оптимизация веб-ресурсов под ключевые запросы и алгоритмы поиска помогает привлечь органический трафик и увеличить посещаемость сайта. Это особенно важно для туристских компаний, поскольку хорошо оптимизированный сайт может привлечь больше потенциальных клиентов и улучшить позиции в поисковой выдаче, что в свою очередь способствует росту бронирований и продаж туристских путевок.

Социальные сети играют ключевую роль в продвижении туристских направлений и продуктов в современном цифровом мире. SMM-маркетинг, или маркетинг в социальных сетях, представляет собой стратегию, направленную на использование различных платформ социальных медиа для привлечения внимания к туристским брендам, создания вовлекающего контента и установления взаимодействия с целевой аудиторией.

Современные возможности социальных сетей, такие как разнообразные форматы контента (фотографии, видео, истории, live-трансляции), возможность персонализации и геотаргетинга, позволяют туристским компаниям создавать привлекательный контент, который вызывает интерес у пользователей и способствует распространению информации о их продуктах и услугах.

Одной из наиболее перспективных цифровых технологий является обработка больших данных Big Data [1]. Сбор и анализ больших данных позволяют туристским компаниям лучше понимать потребности и предпочтения своей целевой аудитории. Это помогает определить эффективность маркетинговых усилий и выявить тенденции рынка. Аналитика данных также помогает выявлять успешные стратегии и тактики, а также идентифицировать слабые места и возможности для улучшения.

Блокчейн — это, в первую очередь, безопасность совершения прозрачных транзакций без участия банковских структур разных стран, шанса внезапной блокировки карты, при этом есть возможность защиты своего криптовалютного кошелька, как минимум, двухфакторной авторизацией [2].

В сфере туризма блокчейн может решить множество задач. Например:

- Блокчейн позволяет шифровать и хранить информацию о бронированиях, путешествиях и личных данных туристов. Это помогает предотвратить мошенничество и обеспечивает конфиденциальность.

- Блокчейн может отслеживать маршруты, грузы и багаж, обеспечивая прозрачность и точность. Туристы смогут уверенно путешествовать, зная, что их вещи находятся под надежной защитой.

- С помощью блокчейна можно создать программы лояльности, где туристы получают токены за верность определенным местам. Это стимулирует повторные посещения и укрепляет связь с клиентами.

Один из ключевых инструментов аналитики данных в туризме - анализ поведения пользователей на веб-сайтах и в приложениях. Понимание, как пользователи взаимодействуют с контентом и услугами компании, помогает оптимизировать пользовательский опыт и улучшить конверсию.

Современные инструменты аналитики данных позволяют создавать детальные отчеты и дашборды, визуализируя информацию для принятия решений на всех уровнях управления. Это помогает компаниям быть более информированными и успешными в своих маркетинговых усилиях.

На основе данных анализа мы можем принимать конкретные меры. Например, оптимизировать страницы, упростить процесс бронирования, добавить релевантный контент или улучшить навигацию. Это помогает увеличить конверсию – то есть количество пользователей, которые выполняют желаемое действие (например, бронируют тур).

В условиях нестабильной эпидемиологической ситуации, когда путешественники предпочитают самостоятельно планировать свой отдых, а сервисы бронирования становятся все более популярными, анализ поведения пользователей становится еще более актуальным. Он помогает нам адаптироваться к изменяющимся потребностям пользователей и создавать более удобные и привлекательные условия для путешественников.

Интерактивные технологии, такие как виртуальные и дополненные реальности, также находят свое применение в продвижении туристских направлений. Они позволяют потенциальным путешественникам погрузиться в виртуальные миры, посетить достопримечательности и оценить услуги отеля, не выходя из дома. Это создает уникальный опыт и помогает привлечь внимание к туристским брендам, особенно в периоды ограничений на путешествия.

Интернет вещей - это сеть физических устройств, таких как датчики, автомобили, бытовая техника и другие предметы, которые собирают и обмениваются данными. Эти устройства, также известные как «умные объекты», могут быть простыми, например, умные термостаты для дома, или сложными, как промышленное оборудование и транспортные системы. Технологи даже представляют целые «умные города», основанные на IoT [3].

«Интернет вещей» может применяться во многих сферах, например:

- IoT позволяет создавать умные номера, где клиенты могут управлять освещением, температурой и другими параметрами через мобильное приложение. Это делает проживание более комфортным и персонализированным.

- Установка датчиков и RFID-меток позволяет туристам получать информацию на месте. Например, при подходе к экспонату в музее автоматически открывается приложение с подробным описанием.

В цифровой эпохе понимание и эффективное использование различных цифровых инструментов становится ключевым фактором успеха в быстро меняющейся индустрии

туризма. Компании, которые умеют адаптироваться и применять современные технологии, имеют больше шансов привлечь и удержать клиентов.

Литература

1. Мольков В.И. Цифровая трансформация в индустрии туризма: Материалы научно-практической конференции. - Саратов: Издательство ИП «Емельянов», 2020. - С. 3.
2. Ахметова А.С. Возможности практического применения технологии: Материалы международной научно-практической конференции. - «СибАК» 2019. - С. 15-16.
3. Электронный ресурс. URL:<https://www.ibm.com/topics/internet-of-things>

Габдуллин А.Ж., 3 курс (Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилёва),
Нипрук И.А., 4 курс (Карагандинский университет Букетова)
Научный руководитель – к.э.н., ассоциированный профессор Арынова Ж.З.

ОЦЕНКА И ПЛАНИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СКЛАДСКОГО И ТАРНОГО ХОЗЯЙСТВА

В настоящее время, в условиях стремительно меняющейся экономической обстановки и увеличивающейся конкуренции, эффективное управление запасами и оптимизация складских операций становятся критически важными для успеха любого предприятия. Статья "Оценка и планирование эффективности функционирования складского и тарного хозяйства" актуальна и релевантна, поскольку она предлагает практические инструменты, методы и стратегии, которые помогают организациям оптимизировать свои складские процессы, минимизировать издержки и максимизировать эффективность использования ресурсов. Расширение ассортимента товаров, сокращение времени цикла поставок и повышение требований потребителей требуют от компаний более гибких и эффективных систем управления запасами и складским хозяйством, делая такую статью неотъемлемым ресурсом для менеджеров и специалистов в области логистики и управления цепочками поставок.

В современном бизнесе эффективное управление складским и тарным хозяйством играет решающую роль в обеспечении конкурентоспособности и устойчивого развития компаний. Оптимизация запасов, точное планирование и эффективное управление логистическими процессами становятся необходимостью для успешного функционирования предприятий в условиях современного рынка. В этой статье мы рассмотрим ключевые аспекты оценки и планирования эффективности складского и тарного хозяйства, а также предоставим практические рекомендации для их реализации.

Первоначальным шагом к улучшению эффективности складского и тарного хозяйства является проведение комплексной оценки текущего состояния. Это включает в себя анализ операционных процессов, оценку использования складских ресурсов, анализ запасов и оборота товаров, а также оценку затрат на складирование и обслуживание тары. На основе полученных данных можно выявить узкие места и определить приоритеты для дальнейших действий.

Планирование играет ключевую роль в управлении складским и тарным хозяйством. На основе результатов оценки необходимо разработать стратегический план действий, направленных на улучшение эффективности. Это может включать в себя оптимизацию процессов приема и отгрузки товаров, реорганизацию складских зон и системы хранения, а также внедрение современных технологий управления запасами.

Современные технологии предлагают широкий спектр инструментов для улучшения управления складским и тарным хозяйством. Автоматизация процессов, использование систем управления складом (WMS), технологии RFID и IoT позволяют существенно увеличить эффективность и точность управления запасами, а также оптимизировать логистические процессы.