

Онлайн-продажи и оказание дистанционных услуг привели к стремительному развитию информационных технологий, что стало основной причиной формирования цифровой экономики. Как следствие, это оказало колоссальное влияние на маркетинговую деятельность фирм, преобразовав традиционные подходы к ней в принципиально новые виды деятельности: электронная коммерция, интернет-реклама и т.д.

Главный вывод не только цифровых технологий, но и влияние COVID-19 на маркетинг сегодня заключается в том, что организации, которым не удастся осуществить цифровую трансформацию, в конечном итоге перестают функционировать. Это не значит, что такая деятельность вообще не актуальна, однако, владельцы розничного бизнеса с исключительно традиционным подходом к маркетингу сталкиваются с исчезновением и финансовыми потерями. Если в случае бизнеса электронной коммерции использование традиционного выставочного зала только укрепляет бренд, то обычные продавцы, которые ее не применяют, просто не могут конкурировать на рынке [5].

Еще одним изменением выступает отсутствие территориальных ограничений в реализации маркетинговых идей. Маркетинговая деятельность в Интернет-пространстве дает возможность продвигать товары как внутри страны, так и за ее пределами, повышая интерес к бренду и доход самой компании.

Роль цифрового маркетинга в организациях чрезвычайно высока. Это совершенно новый подход к продажам, к пониманию покупателя, к вкладу фирмы, основанный на современных технологических достижениях. В Республике Казахстан цифровой маркетинг только начинает свой путь, многое еще предстоит проанализировать, в том числе правовое регулирование этой деятельности. Однако в нашей стране есть все индикаторы успешной реструктуризации экономики, после которой эта деятельность выведет страну на новый уровень развития.

Литература

1 Кизиченкова А.Р., Дымникова Е.Д. Современные проблемы развития маркетинга в России в условиях цифровой экономики // ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ». – 2018. – №11.

2 Котлер Ф. Основы маркетинга. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с.

3 Цифровой маркетинг на вооружении казахстанского телекома // Profit.kz URL: <https://profit.kz/articles/14628/Cifrovoy-marketing-na-vooruzhenii-kazahstanskogo-telekoma/> (дата обращения: 13.11.2020).

4 Цифровая революция в Маркетинге // Goodwix URL: <https://goodwix.com/cifrovaja-revoljucija-v-marketinge/> (дата обращения: 13.11.2020).

5 Маркетинг в эпоху цифровых технологий // КРОК URL: <https://www.croc.ru/resources/marketing-in-the-digital-age/> (дата обращения: 13.11.2020).

Сатыбалдинова А.А., 1 курс (КарУ им. академика Е.А. Букетова)
Научный руководитель – к.э.н., ассоциированный профессор Мамраева Д.Г.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ SMART-ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИЗМЕ: ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Большинство туристов во время путешествий используют smart технологии, такие как запросы местоположения, обзоры местных ресторанов или мобильные платежи через смартфоны. Smart технологии используются на протяжении всего процесса путешествий, включая веб-сайты ДМО, туристические приложения, социальные сети и виртуальную реальность, чтобы туристы могли организовывать и обогащать свои поездки. Исследователи признали потенциал smart технологий и предсказали, что smart технологии, используемые туристами, станут более разнообразными. Благодаря популярности и развитию смартфонов туристы могут использовать приложения для путешествий, чтобы планировать свои путешествия в любое время и в любом месте.

Конечная цель умного туризма - повысить эффективность управления ресурсами, максимизировать конкурентоспособность и повысить устойчивость за счет использования технологических инноваций и практик.

Одним из направлений, который является лидером в своей индустрии интеллектуального туризма, является Китай, где туристы могут использовать свои телефоны для выполнения простых

задач, таких как оплата такси, заказ еды, проверка времени ожидания и чтение информации о пункте назначения или достопримечательности, которые они посещают, посредством QR-кода [1].

На озеро Цяньдао в Китае можно увидеть воздушный шар виртуальной реальности. Здесь туристы будут носить маску, которая заставит их почувствовать, что их поднимут на высоту внутри баллона с горячим воздухом, где они смогут полюбоваться видом на озеро вокруг, на самом деле их ноги никогда не оторвутся от земли [2].

Так же одним из примеров интеллектуальных туристических городов является Пхенчхан, где проходили Зимние Олимпийские игры 2018 года. Город стал площадкой для передовых технологий 5G, которые открыли для посетителей новые возможности, такие как потоковое видео 4K, трансляция VR/MR и видео в формате 360 градусов. На самых технически ориентированных на сегодняшний день Олимпийских играх также были представлены роботы-переводчики на базе искусственного интеллекта, автономные автобусы и патрульные дроны.

Признав ценность цифровой трансформации, страны Ближнего Востока также делают шаг, чтобы заявить о себе как о направлениях умного туризма. Мекка быстро превращается в умный город мирового уровня. Мекка, которая уже стала популярным туристическим местом для миллионов посетителей, запустила проект интеллектуального туризма, направленный на обеспечение лучшего опыта и услуг паломников. План включает использование смарт-транспортных карт, улучшенные меры наблюдения, а также искусственный интеллект и Интернет вещей для подключения прибывающих паломников к медицинским услугам в случае необходимости.

Стремясь к достижению амбициозной цели стать в 2021 году городом-лидером в мире, Дубай реализовал более 1000 интеллектуальных услуг и инициатив по продвижению технологических достижений на благо жителей и гостей города. Одним из таких примеров являются решения для умных туристических путеводителей, в которых используются теги NFC, чтобы помочь туристам легко ориентироваться в городе. Еще одна инициатива - это умные парки с учебными центрами VR и умными скамейками на солнечных батареях, которые позволяют посетителям заряжать свои мобильные устройства.

Хорошим примером направления, которое внедрило инструменты интеллектуального исследования туризма и управления таким образом, является Малага, где они представили приложение для парковки, чтобы помочь путешественникам парковаться более эффективно и уменьшать заторы. Можно также выделить доступность для инвалидов-колясочников, продвигаемая в Малаге (Испания), и программа личных городских помощников в Хельсинки.

Хельсинки продемонстрировал свою приверженность устойчивому туризму во время фестиваля Sustainable Flow, а Эстония - свою инициативу Green Key. На более локальном уровне существует множество эко-отелей и курортов по всему миру, а также социально полезные формы туризма, такие как волонтерский туризм.

В Великобритании отель Hub от Premier Inn сделал дополненную реальность совместимой с настенными картами в гостиничных номерах. Когда эти карты просматриваются с помощью интеллектуального устройства, настенные карты предоставляют дополнительную информацию о некоторых местных достопримечательностях [3].

Smart туризм - будущее туризма? Можно с уверенностью сказать – да. Есть несколько ярких примеров интеллектуальных туристических инициатив по всему миру, и такие страны, как Китай, лидируют. Однако, несмотря на очевидный рост умного туризма, информации по этой теме не хватает, особенно в академической сфере.

Литература

1. Гретцель У. Интеллектуальные системы в туризме: перспектива социальных наук. – 2011. – 38 с.
2. Чан Ц.С., Питерс М. Изучение восприятия посетителями аспектов умного города для брендинга города в Гонконге. – 2019. – 620 с.
3. Джин С. Опыт туристов, использующих интеллектуальные технологии туризма в разумных местах, и их поведенческие намерения. – 2019. – 102 с.