

Торайғыров университетінің
ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Торайғыров университета

ТОРАЙҒЫРОВ УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ХАБАРШЫСЫ

Физика-математикалық сериясы
1997 жылдан бастап шығады



ВЕСТНИК ТОРАЙҒЫРОВ УНИВЕРСИТЕТА

Физико-математическая серия
Издается с 1997 года

ISSN 2710-3536

№ 3 (2020)
Павлодар

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ ТОРАЙГЫРОВ УНИВЕРСИТЕТА

Физико-математическая серия

выходит 4 раза в год

СВИДЕТЕЛЬСТВО

о постановке на учет, переучет периодического печатного издания,
информационного агентства и сетевого издания
№ KZ95VPY00029553

выдано

Министерством информации и общественного развития
Республики Казахстан

Тематическая направленность

публикация материалов в области физики, математики,
механики и информатики

Подписной индекс – 76135

Бас редакторы – главный редактор

Тлеукенов С. К.

доктор ф.-м.н., профессор

Заместитель главного редактора Кумеков С. Е., *к.ф.-м.н., доцент*

Ответственный секретарь Талипов О. М. *доктор PhD*

Редакция алқасы – Редакционная коллегия

Оспанов К. Н., *д.ф.-м.н., профессор*

Кутербекоев К. А., *д.ф.-м.н., профессор*

Ибраев Н. Х., *д.ф.-м.н.*

Ткаченко И. М., *д.ф.-м.н., профессор (Испания)*

Демкин В. П., *д.ф.-м.н., профессор (Россия)*

Qadir Abdul *доктор PhD, профессор (Пакистан)*

Lobiyal D. K. *доктор PhD, профессор (Индия)*

Лапчик М. П. *д.пед.н., профессор (Россия)*

Шокубаева З. Ж., *технический редактор*

За достоверность материалов и рекламы ответственность несут авторы и рекламодатели

Редакция оставляет за собой право на отклонение материалов

При использовании материалов журнала ссылка на «Вестник Торайгыров университета» обязательна

МРНТИ 04.51.59

<https://doi.org/10.48081/CXGH5751>

Г. С. Балгабаева, Б. Мұратбек

Торайғыров университеті,
Қазақстан Республикасы, Павлодар қ.

ТАРГЕТИНГ – АҚПАРАТТЫҚ ҒАСЫРДЫҢ ЗАМАНАУИ ЖОЛДАУЫ

Ұсынылған мақалада әлем статистикасы бойынша заман талабына сай бизнес жоспарын іске асырып табыс табу жолдарының бірі де бірегейі Таргетинг саласы жайлы сөз қозғалады. Қазақстан Республикасында 2020 жылдың 1-Қаңтардағы статистика бойынша шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерінің тіркелгендер саны 1'603'839. Соның ішінде Павлодар өңірінде 53'033 субъект тіркелген. Осы кәсіпкерлердің жартысынан көбі базарларда, аулаларда, қала көшелерінде жарнама қағаздарын іліп, плакаттар жабыстырып қала көркі мен тазалығына, экологиясына зиянын тигізу қаупі бар. Себебі жыл мезгілдеріне байланысты қала ішіне орналастырылған қағаз материалдар желден ұшып кетеді, жауыннан езіліп реңі бұзылады және тағы да басқа теріс әсерін береді. Ал таргетинг саласы бұл ол қылықтардың барлығын тоқтатады.

Кілтті сөздер: таргетинг, бизнес, кәсіпкер, заманауи бизнес;

Кіріспе. «Базарда сауда сататынбыз... Күннің ыстығында шатырдың астына жасырынып ал қыстың суық күндері жылы киім киеміз қолдарымыз дірілдеп, ыстық шай ұстап күнделікті нәпақамызды табу үшін далада жұмыс жасайтынбыз» Осындай сөздерді саудагер отбасынан шыққан әрбір адам біледі. Бұл сөздерді бұрындары, бала кездерінен бастап ата-анасынан естіп өсті. Иә бұл бұрынғының ойы мен тұрмыс тіршілігі ретінде ғана қалыптасу қажет. Яғни жылдың төрт мезгілінде ыстықпен суыққа шыдап азды көпті пайда табу системасын өткен шаққа қалдырып кейін жас ұрпаққа тек тарих ретінде айтып отыратын кез келді.

Ғылыми тұрғыда әлем сағат сайын, сәт сайын тың жаңалықтар мен адамзат тарихына өзгеріс енгізуде. Ақпарат алмасу мен әлемдік жаңалықтар қағаз газетте емес қолымыздағы ұялы, сымсыз телефондардан бізді кез келген уақытта хабардар етіп отыр. Кез келген күрделі тапсырмалар мен логикалық құрылымды түрдегі, жүйелік мәселелерді оңтайлы орындап, шешімін табатын программаларда күннен күнге көбейуде. Бұл үрдістер жалпы адамзатқа мәлім. Технология -ол еңбек, адамның физикалық күшін үнемдеу мақсатында әрі жұмыс жасау үрдісін жылдамдату барысында ойлап жасалған материалдық құралдар. Заман ағымына сай әрине барлығы дерлік бұл «технология» терминіне бойсынысты. Онымен қатар ақпарат алмасу саласыда XX-ғасырдың соңғы кезеңінен XXI – ғасырдың басынан бастап осы күнге дейін көптеген жетістіктерге айқын жетті. Әлеуметтік желілер жалпыға қол жетімді болып, кез келген жастағы адамдар оның қыр сырын меңгере алды. Бірақ толық қанды меңгерді деп айту қиын. Ашық көзбен атағанда Facebook, Instagram, Messenger, WhatsApp, Telegram, Twitter, YouTube тағы басқа әлеуметтік желілерде тек уақытын өткізу үшін, қызықты вайндар мен пайдалы да пайдасыз видеолар көрумен оларға лайк коментария қалдырумен шектеледі. Өздеріне ең пайдалы қыры деп: алысты жақындатып жақындарымен қарым қатынаста болуды ғана толық айта алады. Ал шын мәнісінде олар өзгелерге пайда табуға мүмкіндік жасауда. Нақты дәлелдерге сүйене келе біздің лайк, коментарий тіпті жай ғана өзгелердің салған видеосын көруіміз арқылы Facebook күніне миллиондар жасайды. Бұл қалай дейсіз бе? Жауабы оңай...бұл Таргетинг деп аталады.

Таргетинг дегеніміз (ағыл. target – мақсат) – белгілі бір аудитория бойынша ғана сіздің жарнамаңызды әлеуметтік желіде көрсету. Ал Таргетинг пен айналысатын адам таргетолог. Мысалыға қарапайым адам тұрғысында алып қарайық. Ол Facebook немесе Instagram желісінде басқалардың историясын немесе жаңалықтар парағын (news feed) бақылап отыр және кей бір өзіне ұнаған топ видеоларға немесе кез келген сала бойынша жасалған жарнамаларға ұнату(лайк) басады. Ал келесі жағында сол адамның басқан ұнату(лайк) арқылы әлеуметтік желі ақша көзін ашып пайда көруде. Біздің босқа, пайдасыз дүниеге арнайтын алтын уақытымызды қып-қызыл ақшаға өзгертуде. Бұл тек әлеуметтік желіге келер пайдасы. Ал сол жарнаманы сізге ұсыну арқылы өз жағдайын қамтамасыз етудегі тарап Таргетолог.

Таргетологтар қазіргі қоғамдағы сұранысқа ие мамандардың бірі. Олар күніне не бәрі 3-4 сағат жұмыс жасап өзге саладағы кей адамдардың 3-4 күндік еңбек табысын жасай алады. Әрине бұл ұзақ уақыттық ізденіс пен зор еңбектің жемісі.

Білікті мамандармен өзіндік еңбекке деген ынталы болудың ұштасуы арқылы пайда болған табыс көзі. Ол үшін не бәрі компьютер мен

жылдамдығы жақсы интернет желісі жеткілікті. Білім деңгейін жетілдіру арқылы пайда табатын бұл салада басты рөлде бизнесмендер мен әр түрлі деңгейдегі сала өкілдері маңызды орын алады. Кенінен айтқанда сізде жаңа ой мен бизнес жоспар болды. Сіз оны жүсеге асырып сатылымға шығара бастадыңыз.

Әрине бастапқыда оңай болмайды. Сіз жарнама жасадыңыз, жеңілдіктер ұсындыңыз, жақындарыңызға тараттыңыз. Бірақ айтарлықтай пайда әкелмеді. Сол аралықта сіз уақыттан, еңбек жасау күшіңізден, айналымға салған қаражатыңыз бен өзіңізге арнайтын уақыттан ұтыласыз. Себебі сіз қаншалықты сапалы әрі пайдалы өніміңізді нарыққа салсаңызда ол жайлы хабардар әрі керектенетін клиент жоқ болады. Бұл буынсыз жерге пышақ салғанмен бірдей әрекет.

Таргетинг саласында бұл мәселелер мен тығырықтарды шешу өте оңай. Уақыт, қаражат, денсаулық және жақындарыңызға арнайытын жеке уақытыңызды да үнемдей аласыз. Сенімді таргетологқа тапсыру арқылы немесе өзіңіз таргетинг саласы жайлы білім алу арқылы нарыққа салар өніміңізден еселеп пайда көруге болады. Әрине бұл жерде қатаң еске сақтар жағдайлар бар. Бастысы сатуға шығарылатын заттарға гарантия яғни кепілдік болуы керек, жеткізіп беру жүйесіде қарастырылып тапсырыс беру байланыс телефоны жеке дара болу керек. Бұлар сіздің бизнесіңіздің сенімді әрі қысқа уақытта дамып кетуіне өзіндік үлесін қосады.

Кесте 1 – Таргетинг сіздің өніміңізді сату үшін кезекті әрекеттерді қолданады

№		
1	А у д и т о р и я н ы анықтайды	Сіздің ұсынған өніміңізді керектенуі мүмкін адамдарды іріктейді.
2	Жас ерекшеліктерін анықтайды	Сіздің ұсынған өніміңіз қай жас аралығындағы адамдарға керектігін нақтылайды.
3	Т ұ т ы н у ш ы н ы ң жынысын анықтайды	Сіздің өнімді әйелдер мен еркектердің қайсысы аса қажеттенеді соған анализ жасалады.
4	Өнімді ұсынатын а р а қ а ш ы қ т ы қ анықталады	Яғни радиусы қанша километр жерде сіз өз өніміңізді ұсына аласыз. Сіз гүл дүкенін ашар болсаңыз тек өзіңізге жақын аралықта жарнама жасауыңыз керек. Кез келген адам 6-8км жерден келіп сізден гүл сатып алуы екі талай.

Осындай кезеңдердің барлығын толық қанды өтуден кейін жарнама аясы кеңейетін болады. Бір күнде сіздің таргет арқылы жасаған жарнамаңыз

арқылы минимум 30-40 адам өнімді сатып алу үшін хабарласатын болады. Бұл үшін жарнама уақытын 3 күнге созып орта есеппен 2800-6000Т аралығында әлеуметтік желіге төлем жасайсыз. Ақысына сіз ұсынған өніміңізді қысқа уақыт ішінде сатып, товардың келесі партиясын қабылдайсыз. Осылайша бастаған бизнесіңіз өрге домалайтын болады. Таргетинг арқылы жарнама жасаудың тағыда бір тиімді құрылғысы ол байланыс құралы ретінде жұмыс жасайды. Нақтарақ айтқанда әлеуметтік желіге жүктеген пост, фото, видеоларға өзіңізбен байланысу сілтемесін қосуға болады. Анығырақ (подробные) батырмасын басу арқылы сатып алушы тарап өнім ұсынушы тараптың жеке сайтына немесе ватсап желісіне жедел түрде жете алады. Бұл функцияны TapLink деп атайды. Таргет жарнама мен таплинкті бірге қолдану арқылы нарықта кез келген өнімді сұранысқа ие етіп мол деңгейде пайда көзін ашуға болады

Зерттеудің нысаны: Заман талабына сай әрекет ету.

Зерттеудің пәні: Таргетинг- ақпараттық ғасырдың заманауи жолдауы.

Мақсаты:

Сауда жасауды байырғы жолымен жүріп жатқан саудагерлерге ақпарат ғасырының заман талабына сай бизнес жасау жолдарын көрсету. Бизнес бастағысы келседе қорқыныш сезімі басым адамдардың шығармашылық тұрғысынан бизнес жасауға насихаттау. Өңіріміздегі кәсіпкерлер санын өзіруге аз да болса әсеп ету.

Міндеттері:

- Заманауи технологиялармен толық қанды танысу;
- Заман талабына сай білім деңгейін жетілдіру;
- ХХІ-ғасырда заман талабына сай бизнес жүргізудің жаңа әдістерін игеру.

Зерттеудің әдістері мен нәтижесі

Қазіргі кезеңде таргетинг термині көптің қызығушылығын тудырып жиі қолданысқа кіре бастады. Заман талабына сай бұл сала көптеген бизнесмендердің және жаңадан бизнес бастап жатқан жас кәсіпкерлерге үлкен тиімділік береді. Өрістен қалсаңда- көштен қалма дейтін Қазақ елі үшін ақпарат заманында, заман талабына сай табыс табу деңгейіне кәсіби тұрғыда өз әсерін беруге мүмкіншілігі жоғары. Бұл айтылған мәліметтерді бүгінгі таңда әлемдік деңгейде орын алып жатқан «Ковид-19» вирусынан анықтауға болады. Яғни карантиндік режимде үйден шықпай өз өнімдерін әлеуметтік жеді арқылы тапсырыс қабылдап, жеткізіп беруінде.

Қорытынды

Материалды тұрғыда өмір сүру деңгейнің жоғарғы сатыда болуы әр адам үшін өзіндік маңызы бар орын алады. Адамдар тарихи кезеңдерде тірі қалу үшін, мықтылардан жеңіліп әлсіз болып қалмауы үшін соғысқан, алыстағы

туыстарына хабарласу үшін хат жазып, жазған хатына айлап, жылдап бір жауабын алған. Бұл құбылыстар жоғарыда айтылғандай Тарихта яғни бізге дейінгі кезеңдерде орын алған. 21 ғасыр еңбек пен білімнің заманы. Ақылды жүйелер күн санап дамып әлемді өзгертерлік жаңа идеялар пайда болуда және одан адамдар қалыс қалмауы керекті. Бірақ адамзаттың қаншалықты деңгейі заманға сай дамып келгені бір ақ сәтте анық көрінді. Әлем тарапында Covid-19 вирусы тарап, жаппай карантиндік режим ұстанылған кезеңдерде халық арасында оның ішінде базарларда, сауда орталықтарында жұмысын жүргізуші үлкенді кіші өндіруші, жеке бизнесмендер белгілі деңгейде шарасыздығын көрсетті. Көпшілік арасында ашық сауда жасауға дағдыланған саудагерлер карантиндік режимде белгілі көлемде шығынға ұшырағаны белгілі. Басты себеп, әрине заман талабына сай экономиканы ақпараттық жүйелермен ұштастыра алмауында. Сол себепті бизнеспен айналысушы тарап кез келген жағдайларда оңтайлы шешім қабылдап, жаңашылдыққа бейім болуы керек. Уақыт, сапа, өтімділік, тұтынушы табу, жарнама жасау сынды жолдармен бизнес өрісін кеңейту үшін Таргет басты міндет атқаратын көмекші екендігін білген жөн.

Материал 18.09.20 баспаға түсті.

Пайдаланылған деректер тізімі

- 1 <https://kk.m.wiktionary.org/wiki/Таргетинг> – [Электрондық ресурc].
- 2 <https://books.google.kz/Wgo9rsAhVxkIsKHclJAPYQ6AEwAXoECAQQAg?v=onepage&q=tapret&f=false> – [Электрондық ресурc].
- 3.Таргет без воды Авторы: Григорий Бирюков.
- 4 https://taplink.cc/birzhan_muratbyek – [Электрондық ресурc].

References

- 1 <https://kk.m.wiktionary.org/wiki/Таргетинг> – [Electronic resource].
- 2 <https://books.google.kz/Wgo9rsAhVxkIsKHclJAPYQ6AEwAXoECAQQAg?v=onepage&q=tapret&f=false> – [Electronic resource].
- 3 Target without water. Authors: Grigory Biryukov.
- 4 https://taplink.cc/birzhan_muratbyek – [Electronic resource].

Г. С. Балгабаева, Б. Муратбек

Таргетинг – это современный посыл информационного века

Торайгыров университет»,
Республика Казахстан, г. Павлодар
Материал поступил в редакцию 18.09.20.

Согласно мировой статистике, таргетинг – один из способов заработка за счет реализации современного бизнес-плана. По статистике Республики Казахстан на 1 января 2020 года количество зарегистрированных субъектов малого и среднего бизнеса составляет 1 603 839 человек. В Павлодарской области зарегистрировано 53 033 субъекта. Более половины этих предпринимателей рискуют навредить внешнему виду, чистоте и экологии города, развешивая рекламные щиты и плакаты на рынках, во дворах и улицах города. Это связано с тем, что в зависимости от времени года размещенные в городе бумажные материалы уносятся ветром, раздавливаются дождем, обесцвечиваются и имеют другие негативные эффекты. Цель таргетинга – прекратить все эти действия.

Ключевые слова: таргетинг, бизнес, предприниматель, современный бизнес.

G. S. Balgabayeva, B. Muratbek

Targeting is a modern message of the information age

Toraighyrov University, Republic of Kazakhstan, Pavlodar.
Material received on 18.09.20.

In this article according to world statistics, one of the ways to earn money by implementing a modern business plan is unique in the field of targeting. According to the statistics of the Republic of Kazakhstan as of January 1, 2020, the number of registered small and medium businesses is 1 603 839. 53 033 subjects are registered in Pavlodar region. More than half of these entrepreneurs are at risk of harming the beauty, cleanliness and ecology of the city by hanging billboards and posters in markets, yards and city streets. This is due to the fact that, depending on the seasons, paper materials placed in the city are blown away by the wind, crushed by rain, discolored and have other negative effects. And the field of targeting is to stop all these actions.

Keywords: targeting, business, entrepreneur, modern business;

Теруге 18.09.2020 ж. жіберілді. Басуға 09.10.2020 ж. қол қойылды.

Электрондық баспа

1,75 Mb RAM

Шартты баспа табағы 6,6. Таралымы 300 дана. Бағасы келісім бойынша.

Компьютерде беттеген Е. М. Абенов

Корректорлар: А. Р. Омарова

Тапсырыс № 3727

Сдано в набор 18.09.2020 г. Подписано в печать 09.10.2020 г.

Электронное издание

1,75 Mb RAM

Усл.печ.л. 6,6. Тираж 300 экз. Цена договорная.

Компьютерная верстка Е. М. Абенов

Корректоры: А. Р. Омарова

Заказ № 3727

«Toraighyrov University» баспасынан басылып шығарылған

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

«Toraighyrov University» баспасы

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

67-36-69

e-mail: kereku@tou.edu.kz

www.vestnik.tou.edu.kz