

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Л.Н.ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Л.Н.ГУМИЛЕВА
L.N. GUMILYOV EURASIAN NATIONAL UNIVERSITY



**«ЦИФРЛАНДЫРУ ЖАҒДАЙЫНДА ЗАМАНАУИ ТУРИСТІК
ИНДУСТРИЯНЫҢ ДАМУЫНЫҢ НЕГІЗГІ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ МЕН
ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ»**

**экономика ғылымдарының докторы, профессор
СҰРАҒАНОВА САЙРАН ҚАБДРАХМАНҚЫЗЫН
еске алуға арналған халықаралық ғылыми конференциясының
ЕҢБЕКТЕР ЖИНАҒЫ
23 ақпан 2018ж.**

**СБОРНИК ТРУДОВ
международной научной конференции
«ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ
СОВРЕМЕННОЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ В УСЛОВИЯХ
ЦИФРОВИЗАЦИИ»,
посвященной памяти доктора экономических наук, профессора
СУРАГАНОВОЙ САЙРАН КАБДРАХМАНОВНЫ
23 февраля 2018г.**

**PROCEEDINGS
of the international scientific conference
«THE MAIN TRENDS AND FEATURES OF THE MODERN TOURIST
INDUSTRY DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION»,
dedicated to the memory of
Doctor of Economic Sciences, Professor
SURAGANOVA SAYRAN KABDRAHMANOVNA
23 February 2018**

Астана, Қазақстан
Астана, Казахстан
Astana, Kazakhstan

УДК 379.8(063)
ББК 75.81
Ц 71

Редакционная коллегия:

Декан экономического факультета, д.э.н., профессор Макыш С.Б.,
Заместитель декана, к.э.н., доцент Тажикенова С.К.,
Заведующий кафедрой «Менеджмент» д.э.н., профессор Толысбаев Б.С.
Заведующий кафедрой «Экономика» д.э.н., профессор Майдырова А.Б.,
Заведующий кафедрой «Туризм» к.э.н., доцент Дуйсембаев А.А.,
Доцент кафедры «Туризм», к.э.н., Мусина К.П.,
Старший преподаватель кафедры «Туризм», доктор PhD Агыбетова Р.Е.
Старший преподаватель кафедры «Туризм», магистр туризма Гиззатжанова А.Г.

Цифрландыру жағдайында заманауи туристік индустрияның дамуының негізгі тенденциялары мен ерекшеліктері: Халық ғыл. конф. еңбектер жинағы. – Астана: Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2018.

Основные тенденции и особенности развития современной туристской индустрии в условиях цифровизации: Сб. материалов межд. науч. конф. – Астана: Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2018.

Proceedings of the international scientific conference **The main trends and features of the modern tourist industry development in the context of digitalization.** Astana, L.N.Gumilyov Eurasian National University, 2018.

ISBN 978-9965-31-984-6

Халықаралық ғылыми конференциясының еңбек жинағында цифрландыру жағдайындағы қазіргі заманғы туристік индустрияның негізгі үрдістері мен ерекшеліктеріне қатысты өзекті мәселелер қарастырылған.

В сборнике материалов международной научной конференции рассмотрены актуальные вопросы касательно основных тенденций и особенностей развития современной туристской индустрии в условиях цифровизации

The collection of materials on the international scientific conference considers important issues regarding the main trends and features of the modern tourist industry in the context of digitalization

УДК 379.8(063)
ББК 75.81
Ц 71

ISBN 978-9965-31-984-6

© Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2018

© Евразийский Национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2018

© L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2018

Ұлы Адам, Дос, Ұстаз



2016 жылдың 7 қарашасында 68 жасында өмірден экономика ғылымының докторы, профессор Сұрағанова Сайран Қабдрахманқызы өмірден озды.

Сайран Қабдрахманқызы 30 жылдан аса жыл елдің жоғары оқу орындарында педагогикалық қызметпен айналысты. Ы.Алтынсарин атындағы білім академиясының корреспондент –мүшесі, Ресей Федерациясының Халықаралық ғылым және практикалық өндірісті ұйымдастыру академиясының мүшесі.

Сайран Қабдрахманқызы он жыл бойы Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің негізін қалаушысы және жетекшісі болды. Университетте жұмыс істеу кезінде ашылған экономика факультетінің барлық мамандықтар бойынша оқу жоспарлары мен мемлекеттік білім беру стандарттарын әзірледі.

С.Қ. Сұрағанова нағыз патриот және ірі қоғамдық қайраткер бола отырып, көптеген маңызды жобаларға қатысты. ҚР Мәжіліс Парламентінің жұмыс тобының мүшесі бола отырып, Сайран Қабдрахманқызы біршама комиссиялар құрамында жұмыс істеді. Белсенді азаматтық тұғырды ала отырып, С.Қ.Сұрағанова «Халықты еңбекпен қамту сұрақтары бойынша Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне өзгерістер мен қосымшаларды енгізу туралы» заңнаманы дайындауға қатысты. ҚР еңбек және әлеуметтік қорғау Министрлігінің, ҚР туризм және спорт Министрлігінің, ҚР білім және ғылым Министрлігінің, ҚР ауыл шаруашылық Министрлігінің жұмыс топтарында белсенді қызмет атқарды, ҚР білім және ғылым Министрлігінің жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білім беру құжаттарын нострафикациялау бойынша комиссия мүшесі болды.

Сайран Қабдрахманқызы әкімшілік қызметті оқытушылық қызметпен бірге атқара отырып, ғылыми зерттеулер де жүргізді. Ол Қазақстанның Солтүстік аймақтарына тән, енгізу сипаттағы бірнеше ұсыныстар жасады, 150 -ге тарта ғылыми еңбектері, соның ішінде 17 монография, 10 оқу құралы мен оқулықтары шығарылды.

С.Қ. Сұрағанова «2006 жылдың Үздік оқытушысы», «2011 жылдың Үздік оқытушысы» гранттарының иегері, «Еуразия мақтанышы-2008» конкурсының лауреаты болды. ҚР білім Министрлігінің «ҚР білім берудің Құрметті қызметкері» төс белгісімен, «Астанаға 10 жыл» мемлекеттік марапатымен, сол сияқты ҚР білім және ғылым Министрлігінің бірнеше құрмет грамоталарымен наградталды.

2005 жылдан бастап «Туризм» кафедрасына жетекшілік етті, ол «Туризм» мамандығының магистратурасын (2009 ж.) және PhD докторантурасын (2010 ж.) ашты.

С.Қ. Сұрағанованың жетекшілігімен 3 ғылым докторы және 20 аса ғылым кандидаттары дайындалды, оның 5-і экономика факультетінің оқытушылары, магистранттары.

Сайран Қабдрахманқызы өмірінің соңғы күніне дейін жоғары жұмысқа білеттілігін сақтады. Жұмысбастылығына қарамай ол әр уақытта өз ұжымына және студенттеріне ықыласты, көмек қолын ұсына білетін адам болатын. Ол ешуақытта өзгерістен қорықпайтын, әр уақытта заман талабына сай жаңалықты қабылдайтын, өз отбасы, туыстары мен достары арасында беделді тұлға бола білді.

Біз Сайран Қабдрахманқызын Ұлы Адам, Дос, Ұстаз ретінде танымыз.

С.Қ. Сұрағанованың жоғары марапаты ретінде- оның еңбектерінің беделі, оны танитын адамдардың махаббатымен және оны жылы лебізбен еске алуы деуге болады.

Великий Человек, Друг, Учитель



7 октября 2016 года на 68-м году жизни ушла из жизни доктор экономических наук, профессор Сураганова Сайран Кабдрахмановна.

Более 30 лет Сайран Кабдрахмановна осуществляла педагогическую деятельность в высших учебных заведениях страны. Являлась членом-корреспондентом Академии образования им. Ы. Алтынсарина, действительным членом Международной академии науки и практики организации производства Российской Федерации.

Сайран Кабдрахмановна была одним из основателей и бессменным руководителем экономического факультета ЕНУ им. Л.Н. Гумилева на протяжении десяти лет. За годы работы в университете осуществляла деятельность по разработке учебных планов и государственных образовательных стандартов по всем специальностям,

открытым на экономическом факультете.

Настоящий патриот и крупный общественный деятель С.К. Сураганова принимала активное участие во многих важных проектах. Будучи членом рабочей группы Мажилиса Парламента РК, Сайран Кабдрахмановна входила в состав ряда комиссий. Занимая активную гражданскую позицию, С.К. Сураганова участвовала в подготовке законопроекта «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам занятости населения». Принимала активное участие в рабочих группах Министерства труда и социальной защиты РК, Министерства туризма и спорта РК, Министерства образования и науки РК, Министерства сельского хозяйства РК, являлась членом комиссии по нострификации документов высшего и послевузовского образования МОН РК.

Совмещая административную работу с преподавательской деятельностью, Сайран Кабдрахмановна занималась научными исследованиями. Ею издан ряд рекомендаций, имеющих внедренческий характер для Северных регионов Казахстана, опубликовано порядка 150 научных трудов, в том числе 17 монографий, 10 учебных пособий и учебников.

С.К. Сураганова являлась обладателем гранта «Лучший преподаватель 2006 года», «Лучший преподаватель 2011 года», лауреатом конкурса «Еуразия мақтанышы - 2008». Она была награждена нагрудным знаком Министерства образования РК «Почетный работник образования РК», государственной наградой «10 жыл Астана», а также отмечена рядом почетных грамот Министерства образования и науки РК.

С 2005 года Сайран Кабдрамановна заведовала кафедрой «Туризм», в 2009 году ею была открыта магистратура, а в 2010 году она открыла PhD докторантуру по специальности «Туризм». Под руководством С.К. Сурагановой подготовлены 3 доктора и более 20 кандидатов экономических наук, среди которых 5 преподавателей экономического факультета, а также магистранты. До последних дней Сайран Кабдрахмановна сохраняла колоссальную работоспособность. Несмотря на свою занятость, она всегда оставалась внимательным и отзывчивым человеком по отношению к своим многочисленным коллегам и ученикам. Она не боялась меняться, идти в ногу со временем и, при этом, оставалась верной себе, своей семье и друзьям.

В лице Сайран Кабдрахмановны мы потеряли великого Человека, Друга, Учителя.

Высшей наградой С.К. Сурагановой навсегда будет непоколебимый авторитет ее трудов, искренняя любовь и светлая память знавших её людей.

Great Person, Friend, Teacher



On October 7, 2016, at the 68th year of her life, Doctor of Economics, Professor Suranova Sairan Kabdrakhmanovna passed away.

For more than 30 years, Sairan Kabdrakhmanovna had taught at higher educational institutions of the country. She was a corresponding member of the Academy of Education named after S. Altynsarin, an active member of the International Academy of Science and Practice for Production Organization of the Russian Federation.

Sairan Kabdrakhmanovna was one of the founders and the permanent head of the Economics Faculty of the L.N. Gumilyov Eurasian National University for ten years. Over the years of work at the university, she was engaged in the development of curricula and state educational standards in all specialties, opened at the Faculty of Economics.

A true patriot and a prominent public person S.K. Suraganova took an active part in many important projects.

Being a member of the working group of the Majilis at the Parliament of the RK, Sairan Kabdrakhmanovna participated in the work of a number of commissions. Taking an active civil position, S.K. Suraganova participated in the preparation of the draft law "On Amendments and Additions to Certain Legislative Acts of the Republic of Kazakhstan on Employment Issues". She took an active part in the working groups of the Ministry of Labor and Social Protection of the Republic of Kazakhstan, Ministry of Tourism and Sports of the RK, Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan, Ministry of Agriculture of the Republic of Kazakhstan, was a member of the commission for the nostrification of documents of higher and postgraduate education of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan.

Combining administrative work with teaching, Sairan Kabdrakhmanovna was involved in scientific research. She issued a number of recommendations that have an innovative character for the Northern regions of Kazakhstan, published about 150 scientific works, including 17 monographs, 10 manuals and textbooks.

Suraganova S.K. was the holder of "The Best Teacher of 2006" grant, "The Best Teacher of the Year 2011", laureate of the "Pride of Eurasia 2008". She was awarded a breastplate of the Ministry of Education of the Republic of Kazakhstan "Honorary Worker of Education of the Republic of Kazakhstan", the state award "10-th anniversary of Astana", and also was awarded with a number of honorary letters of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan.

Since 2005, Sairan Kabdrakhmanovna headed the department "Tourism", in 2009 she opened a master's degree, and in 2010 she opened PhD doctorate in the specialty "Tourism".

Under the leadership of Suraganova S.K., 3 doctors and more than 20 candidates of economic sciences were trained, including 5 teachers of the Economics Faculty, as well as graduates.

Until the last days Sairan Kabdrakhmanovna retained tremendous performance. Despite her busy schedule, she always remained attentive and sympathetic person in relation to her many colleagues and students. She was not afraid to change, to keep up with the times and, at the same time, remained true to herself, her family and friends.

With Sairan Kabdrakhmanovna we have lost a great Person, Friend, Teacher.

The highest award for Suraganova will forever remain in unshakable authority of her works, a sincere love and fond memories of people who knew her.

2) ежегодный слёт детей со всех регионов Республики Казахстан, с целью сохранения культурного наследия, духовно - нравственного воспитания, по результатам которого будут выдаваться специальные значки;

3) лагерь будет создан в казахском стиле. На его базе будут расположены юрты, специальные объекты для проведения национальных игр, традиции, обрядов, изучения казахского языка, обучения верховой езде, многодневные походы;

4) организация специальных экскурсий на базе лагеря для обучающихся студентов, с целью культурного обогащения, воспитания и самосовершенствования, духовного развития.

Будущее Казахстана в руках подрастающего поколения и благодаря созданию этнокультурного детского лагеря возможно развитие, как и детского туризма, так и сохранение культурного наследия Казахстана, а также воспитания высококультурных нравственных личностей.

Литература:

1. Закон Республики Казахстан от 13 июня 2001 года № 211-П «О туристской деятельности в Республике Казахстан»
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм-СПб.: Герда, 2000.
3. Ермилова, Д.В. Профессиональная подготовка в туризме за рубежом и в России [Текст]: монография / Д.В. Ермилова. – М.: Советский спорт, 2005. – 148 с.

MARKETING STRATEGY AS AN INSTRUMENT IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM COMPETITIVENESS

Niyazbayeva A., Talgatbekova D.

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan,

E-mail: aliya_amore@inbox.ru, dilyara.talgatbekova@mail.ru

The importance of strategic behavior, allowing the company to survive in the competitive struggle in the long term, has increased dramatically in recent decades. All companies in a highly competitive, rapidly changing situation should not only focus on the internal state of affairs in the company, but also develop a strategy for long-term survival, which would allow them to keep up with the changes occurring in their environment.

The strategy is a detailed comprehensive plan designed to ensure the implementation of the mission of the organization and the achievement of its objectives.

Forming a strategy is one of the functions of management, which is a process of selecting the organization's goals and ways to achieve them. Marketing is one of the main categories of a market economy, which increasingly becomes the determining factor in our lives. Therefore, managers and specialists should study its essence, basic aspects and concepts, it is good to know the marketing organization, to use the methods and techniques of this activity, and to maximize the use of all the positive that the market gives and to level out and smooth out its negative aspects. The effective functioning of the entire national economy depends on how correctly the marketing system is constructed [1].

Let's proceed to the rationale, what is the Marketing Strategy? In the modern economy, each enterprise seeks to strengthen its market positions. To do this, it is important to use different marketing approaches. Among them is the marketing strategy. The marketing strategy is the strategy of enterprises oriented to market values. The marketing strategy has two main landmarks - the market and the product. The main goal of the marketing strategy is to find solutions aimed at the most complete satisfaction of customers' requests and gaining advantages in comparison with competitors. A competent, well-founded strategy contributes to the survival of the enterprise in an unfavorable external environment. Its choice depends on the situation in which the enterprise is located [2].

In marketing, the most important goals of any company are sales growth, increasing market share, increasing customer loyalty. It is at the highest level of company management that the foundations of a proper marketing policy are laid, since each specific marketing solution should be considered as a detail of the company's strategic decisions aimed at achieving corporate goals:

- definition of the development of the main strategic economic zones;
- choice of directions for further growth;
- formation of competitive advantages.

These and other marketing decisions made by the company's top management determine the development of specific products and markets, the entire system of marketing activities, their costs and efficiency at subsequent stages.

Marketing in tourism is a system of continuous harmonization of services offered with services that are in demand in the market and which a tourist enterprise is able to offer with profit for themselves and more efficiently than competitors do [2].

The World Tourism Organization distinguishes three main functions of marketing in tourism:

1. The establishment of contacts with clients aims to convince them that the proposed resting place and the service services existing there, the sights and expected benefits fully correspond to what the customers themselves want.

2. Development involves the design of innovations that will provide new opportunities for marketing, in turn such innovations should correspond to the needs and preferences of potential customers.

3. Control provides for the analysis of the results of activities to promote services in the market and to verify whether these results reflect the truly complete and successful use of the opportunities available in the tourism sector.

With reference to tourism, several components of the marketing complex are distinguished:

- personnel, their qualifications and training;
- the process of providing the service;
- the environment.

Tourist business is unique in the sense that the personnel of enterprises is a part of the tourist product. Hospitality, benevolence - the main condition for all comers, and not just specialists for direct customer service. Marketing should be an integral part of the philosophy of the whole organization, and marketing functions are performed by all employees. A key factor in the competitiveness of a tourist enterprise is measures to mobilize the creative activity of the collective [3].

American market researchers who conducted a study of intermediaries in tourism, identified three main categories of distribution channels: tour operators, travel agents and specialized distribution channels. In the category of specialized channels included incentive travel agencies; persons involved in planning meetings and conferences; representatives of hotels, executive employees of associations; corporate travel agencies, etc.

The main tourist product is a comprehensive service, i.e. a standard set of services sold to tourists in one "package", they are often called overseas tours.

We can distinguish three groups of strategic marketing solutions at the corporate level.

Portfolio strategies - allow to solve quite effectively the management of various spheres of the company's activities in terms of their place and role in meeting the needs of the market and making investments in each of the spheres.

Growth strategies - give an opportunity to answer the questions: in which direction to develop the enterprise, in order to better meet the requirements of the market? do you have enough of your own resources for this or will you need to go for external acquisitions of your activities?

Competitive strategies - determine how to provide the company competitive advantages in the market in terms of greater attraction of potential consumers and what policy to choose in relation to competitors [4].

Competition - the rivalry of enterprises in the market, directed to take possession of the attention of potential consumers. Competitive strategies at the corporate level pursue the goal of

providing a competitive advantage of the enterprise in the market with respect to competitors. The general competitive matrix is one of the competitive positions of the enterprise. According to the general competitive matrix of Porter, the competitive advantage of an enterprise on the market can be provided in three main ways. Product leadership is based on the policy of differentiation of goods (creating value for buyers). The main attention is paid to improving the goods, giving them greater consumer utility, developing branded products, design, service and warranty service, and creating an attractive image. The combination of high utility and high price forms the “market power” of the product. It protects the enterprise from competitors, ensures the stability of the situation on the market. Price leadership is provided on the basis of the ability of the enterprise to reduce the costs of production (it creates value for the producer). Particular attention is paid to investment stability, standardized goods, strict cost management, cost control. Cost reduction is based on the use of the “experience curve”. Leadership in the niche is associated with focusing product or price advantage in a narrow segment of the market, not covering the entire market. Such leadership is most often used by small businesses [3].

Originating in the production sector, marketing for a long time did not find appropriate application in the tourism industry. However, increased competition, commercialization of tourism activities led to the need for early implementation of the main elements of marketing in the practice of the tourist enterprise. However, tourism has certain features related to the nature of the services provided, forms of sales and so on. In order to really use marketing as a reliable tool for achieving success in the market, the specialists of tourist enterprises need to master its methodology and the ability to apply it depending on the specific situation. Strategic choice should be based on a clear concept of the development of the organization, and the wording itself is unambiguous and clear, the chosen strategy for a long time limits the freedom of management and has a profound impact on all decisions made by it. In practice, firms do not limit their choice to any one strategy. Most often, the company's strategy is a combination of several strategies, focused on the company's priority objectives. Such a combined strategy determines the priority of tasks in terms of their importance. Implementation of the strategy means making an impact in the actions of the company, translating the strategic plan into reality and achieving the desired results.

References:

1. Kotler F. Fundamentals of Marketing: Per. with Eng, M.: Progress. 2001, 647 p.
2. Popova R. Marketing, advertising and information in tourism. - M. 1997, 160 p.
3. Borisov Yu.N. Marketing in Tourism - M. 1996, 218 p.
4. Zapesotsky A.S. Strategic marketing in tourism: Theory and practice - M. 2003, 352 p.

ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Насанбекова С.Т.

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева
e-mail: samalkz83.sn@gmail.com

В последнее время цифровой маркетинг принимает все большую долю общей маркетинговой деятельности и стал неотъемлемой частью сегодняшней концепции маркетинга. В официальных данных показано, что на цифровой маркетинг выделяется почти 1/3 всего маркетингового бюджета [1]. В то же время тенденция роста инвестиций в цифровой маркетинг является естественной из-за характеристик современных медиа. Стратегии цифрового маркетинга предполагают выбор подходящих средств цифрового маркетинга через один из цифровых каналов [2, с.40]. Некоторые из характеристик относятся к приспособляемости, свободе выбора, управлению пользователями, экономии затрат и, самое главное, интерактивности. Цифровой маркетинг опирается на интернет-технологии и