

На правах рукописи



**Назаева Марианна Исаевна**

**Территориальные особенности развития сферы  
туризма и ее влияние на экономику на примере  
Чеченской Республики.**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(рекреация и туризм)

**АВТОРЕФЕРАТ**  
**диссертации на соискание ученой степени**  
**кандидата экономических наук**

Сочи – 2017

Диссертация выполнена в ФГБОУ ВО «Майкопский государственный  
технологический университет»

**Научный  
руководитель:**

доктор экономических наук, профессор  
**Беданок Мурат Капанович**  
**Цёхла Светлана Юрьевна**

**Официальные  
оппоненты:**

доктор экономических наук, профессор,  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского»,  
директор департамента управления  
качеством и проектных решений,  
заведующий кафедрой менеджмента  
предпринимательской деятельности

**Бунаков Олег Александрович**  
кандидат экономических наук, доцент,  
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)  
федеральный университет», и.о.  
заведующего кафедрой сервиса и туризма

**Ведущая  
организация:**

**ФГБОУ ВО «Поволжский  
государственный технологический  
университет»**

Защита состоится «01» декабря 2017 г. в 14:00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.255.02 на базе ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» по адресу: 354003, г. Сочи, ул. Пластунская 94, корп. 2, аудитория 237.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» и на сайте:

<http://www.sutr.ru/science/dissertation/dissovet-economic/soiskateli/nazaeva-marianna-isaevna/Назаевой%20М.И.Диссертация.pdf>

Автореферат разослан «28» октября 2017 года.

Ученый секретарь  
диссертационного совета,  
кандидат экономических  
наук, доцент



Воробей Елена Константиновна

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** К настоящему времени туристская сфера стала ведущей и активно развивающейся отраслью мировой экономической системы. В большинстве стран она играет определяющую роль, связанную с формированием ВВП, обеспечением занятости населения и ростом производительности труда. Согласно данным Всемирной туристской организации, Россия в области туризма международного уровня занимает ведущее место по ряду важнейших показателей. За весь период 2015 года Российскую Федерацию посетили свыше 25 млн. туристов, обеспечив доход в \$11,4 млрд., что вывело ее на 13-е место в мире.<sup>1</sup> Тем не менее, имея такие значимые конкурентные преимущества, ряд субъектов РФ имеют еще довольно слабый уровень развития туристской индустрии. К подобным субъектам относится и Чеченская Республика, что связано, прежде всего, с тем, что республика является дотационной территорией и слабо представлена на рынке индустрии туризма, несмотря на наличие у нее высокого туристского потенциала, позволяющего развивать большинство видов туризма, таких как горный, спортивный, рекреационный экологический и другие виды. Территория Чеченской Республики обладает уникальными и разнообразными природно-климатическими условиями, имеет удачное географическое положение и территориальную компактность, то есть имеет все условия к тому, чтобы сфера туризма превратилась в ведущую отрасль национальной экономики. Несмотря на все эти факторы и имеющиеся ресурсы, туризм в Чеченской Республике так и не стал пока системообразующим фактором развития, который соответствует имеющимся возможностям. Прослеживается тенденция переориентации турпотока на внутренний рынок, возникает обострение конкурентной борьбы, которая разворачивается между туристскими территориями республики - за туриста, инвестиции, бизнес.

В этой связи особую актуальность приобретают вопросы формирования организационно-управленческого механизма развития сферы туризма, целенаправленное развитие которой могло бы усилить внимание к республике со стороны российских и зарубежных туристов. В Чеченской Республике создается новый туристский продукт, отличающийся своей самобытностью и колоритом как от российского так и от западного. Однако, в настоящее время, можно говорить о том, что его уникальность слабо интегрирована в процесс формирования национального туристского продукта, нет системного подхода в использовании эффективных современных инструментов организации туристской сферы, способствующих превращению туризма в приоритетное направление в условиях восстановительного роста экономики. Кроме того, отсутствуют сами механизмы эффективного развития сферы туризма, как в организационном, так и в управленческом аспекте; не представлены методические рекомендации по формированию брендинга территории как важнейшего инструмента управления туристским продуктом Чеченской

---

<sup>1</sup> [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru)

Республики. Данные положения во многом обуславливают актуальность диссертационного исследования.

**Степень научной разработанности проблемы.** Слабая структурированность процессов, протекающих в сфере территориального туризма, обуславливает значительную сложность при их изучении. Обобщение исследований по рассматриваемой тематике позволяет выделить следующие направления работ:

-экономический анализ развития туризма территорий и вопросы управления туристическим бизнесом исследовались в трудах Е.М. Анохиной, М.Б. Биржакова, Е.В. Вавиловой, А.М. Ветитнева, Ю.Ф. Волкова, И.Н. Гаврильчака, М.Г. Воронцовой, З.М. Горбылевой, А.Г. Гранберга, В.Г. Гуляева, С.Л. Ефимова, Н.А. Ефимовой, А.Б. Здорова, Г.А. Карповой, В.А. Квартальнова, В.И. Никифорова, Г.М. Романовой, К.С. Савельева, Н.В. Шабалиной, А.В. Щепеткова, Г.В. Яковенко, Г.А. Яковлева и др.;

- проблемы, связанные с исследованием развития сферы туризма подробно изложены в трудах таких авторов, как: А.Ю. Александрова, И.Т. Балабанов, Б.С. Бильчак, Т.И. Власова, В.Г. Гуляев, И.В. Зорин, Е.Н. Ильина, В.А. Квартальнов, а также зарубежных ученых К. Боумена, Д. Гильберта, Х. Годфри, К. Купера, Д. Флетчера и ряда других авторов.

Содержательный анализ имеющихся исследований свидетельствует о том, что обширная литература по вопросам развития сферы туризма была ориентирована в основном на территории с ярко выраженной туристской привлекательностью. Существенно меньше изучены вопросы развития сферы туризма для территорий, имеющих дотационный характер, где туризм не является ведущей отраслью экономики.

В Чеченской Республике вопросам развития туристского комплекса посвящены научные работы М.Л. Тамаева, С. Ниналалова, М.С. Гайрбекова, Б.Б. Дзугаева и др. Однако, базовые составляющие развития, прогнозирования и стратегического исследования туристского бизнеса территории в сочетании с учетом национальных особенностей находятся в стадии постоянного обсуждения, предполагающего дальнейшие исследования как в экономическом, так и организационно-управленческом аспектах.

**Объект исследования** – территориальные особенности и процессы развития сферы туризма на примере Чеченской Республики.

**Предмет исследования** – управленческие отношения, возникающие в процессе развития и оптимизации туристского продукта с учетом территориальных особенностей Чеченской Республики.

**Цель** диссертационного исследования заключается в научном обосновании и разработке методических рекомендаций, связанных с территориальными особенностями развития сферы туризма и ее влияния на экономику Чеченской Республики.

В соответствии с поставленной целью, основными **задачами** исследования являются следующие:

1. Исследовать и уточнить понятийный аппарат, связанный с формированием туристского продукта с позиций системного подхода, выявить его экономическую сущность и ресурсную базу;

2. Предложить концептуальные подходы (традиционный и территориально-функциональный) к развитию сферы туризма, изучить ее современное состояние и тенденции развития на примере Чеченской Республики;

3. Разработать методические рекомендации по прогнозированию системного туристского продукта на основе динамической модели сбалансированного роста сферы туризма;

4. Оценить туристскую привлекательность на примере Чеченской Республики с позиций насыщенности территории системными туристскими аттракторами;

5. Разработать алгоритм формирования туристского бренда республики;

6. Выявить степень влияния кластерных структур в туризме на экономику Чеченской Республики.

**Гипотеза научного исследования** основывается на предположении о том, что туристский комплекс в Чеченской Республике, обладает значительным ресурсным потенциалом, который может быть реализован посредством целенаправленной разработки эффективных инструментов и механизмов развития сферы туризма, способных оказывать положительное воздействие на экономические показатели республики.

Таким образом, можно с определенной степенью достоверности говорить о наличии объективной необходимости в теоретически-обоснованных и практически значимых разработках, которые обеспечивали бы эффективное достижение ключевых ориентиров и перспектив развития сферы туризма в Чеченской Республике.

**Методология исследования.** Теоретической основой написания диссертации послужили современные зарубежные концепции и научные разработки российских и зарубежных ученых, раскрывающие, во-первых особенности развития сферы туризма и ее структуры; во-вторых разработку организационно-управленческих инструментов и механизмов развития туризма и оценки его влияния на восстановительный рост экономики республики.

В процессе исследования использовались традиционные приемы и методы экономического анализа, такие, как группировка, сравнение и обобщение, а также экономико-математические и статистические: метод нечетких множеств, построения матриц и графов, применительно к социально-экономическим объектам.

**Эмпирической базой исследования** послужили статистические данные и отчеты Всемирной туристской организации, органов официальной статистики зарубежных стран, Федеральной службы государственной статистики РФ, региональных органов государственной статистики, в частности территориального органа Федеральной службы государственной статистики Чеченской Республики, нормативно-правовые акты российских и зарубежных

органов власти, обзорно-аналитические материалы, научные доклады и статьи, опубликованные в периодической печати и сети Интернет, собственные исследования автора.

**Соответствие темы диссертации паспорту специальности ВАК.**

Диссертационная работа выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (рекреация и туризм), п.15.2. «Совершенствование организационных форм управления в сфере рекреации и туризма в условиях рынка на федеральном, региональном и местных уровнях»; п.15.3. «Современное состояние и прогнозирование основных тенденций развития международного и внутреннего туристских рынков и их отдельных сегментов»; 15.7. «Территориальная организация туристско-рекреационных систем».

**Научная новизна** заключается в разработке методических и практических рекомендаций по совершенствованию управления развитием территориального туризма, а также формированию комплекса мер, связанных с оценкой его влияния на экономический рост Чеченской Республики. К наиболее важным результатам, определяющим новизну проведенного исследования, можно отнести следующие:

1. Представлен авторский подход к понятию туристского продукта, как системы, который формируется на основе одного или нескольких туристских аттракторов, основывающихся на первичных, косвенных и дополнительных туристских ресурсах.

2. Обоснованы два подхода к развитию сферы туризма - традиционный и территориально-функциональный, что позволит оптимизировать механизмы взаимодействия структур, обеспечивающих эффективное функционирование сферы туризма.

3. Разработаны рекомендации по прогнозированию системного туристского продукта на основе динамической модели сбалансированного роста сферы туризма, учитывающей «эффект влияния» на развитие сопутствующих видов деятельности.

4. Проведена оценка туристской привлекательности на основе расчета показателя насыщенности системными туристскими аттракторами территории Чеченской Республики, позволяющими оптимизировать механизм управления сферой туризма.

5. Обоснованы преимущества территориального брендинга, как ключевого элемента в управлении сферой туризма Чеченской Республики.

6. Предложены методические подходы по оценке влияния кластерных структур в сфере туризма на экономику территории, позволяющие увеличить суммарные доходы туристской сферы с учетом полученного совокупного эффекта.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. В исследованиях, касающихся развития туризма, остро стоит вопрос, по каким признакам должна проводиться оценка туристско-рекреационных ресурсов и определения территорий туристской специализации.

Изучив соответствующую литературу, можно сделать вывод, что понятийно-терминологический и методический аппарат в данной сфере непрерывно развивается, подвергается критическому анализу и систематизации, однако до конца не сформирован. Представить алгоритм развития территории возможно на основе учета как имеющихся первичных, косвенных и дополнительных туристских ресурсов, так и продвижения на рынок туристских услуг на всех иерархических уровнях.

2. Системные туристские аттракторы являются основой создания туристского продукта территорий. Согласно традиционному подходу первичные туристские ресурсы диктовали территории вид туризма и объем его развития, а если таковых нет, то и туризма как такового нет. Территориально-функциональный подход коренным образом изменяет принцип, по которому создается туристская сфера Чеченской Республики. Если традиционный подход трактовал «туристские ресурсы определяют туризм», то территориально-функциональный подход рассматривает туристские ресурсы как систему по всем ее функциям и элементам, поэтому «стремление развивать туризм стимулирует развитие туристских аттракторов».

3. Прогнозирование системного туристского продукта возможно осуществлять с помощью математических инструментов, и, в частности, динамической модели сбалансированного роста сферы туризма, учитывающей «эффект влияния» на развитие сопутствующих видов деятельности. Успешность формирования и реализации сценария социально-экономического развития Чеченской Республики, где приоритетным направлением будет являться развитие туризма, напрямую зависит от привлекательности формируемого системного туристского продукта для потребителя. Полученные данные показывают перспективность формирования системного туристского продукта на территории Чеченской Республики. Помимо стабильного роста объема его выпуска, растет и объем выпуска обслуживающих туристский поток предприятий, оказывающих сопутствующие услуги.

4. Усиление туристской привлекательности территории республики, в большинстве случаев соотносится с маркетинговыми инструментами, предполагающие реализацию мероприятий по созданию и развитию положительных факторов, характеризующих данную территорию. То есть понятие туристской привлекательности необходимо рассматривать в контексте с такими понятиями как «имидж территории Чеченской Республики», степень насыщенности системными туристскими аттракторами, формирующими системный туристский продукт.

5. Формирование бренда туристской территории заключается в определении ее места на глобальном туристском рынке и выявлении основных предпочтений потенциальных потребителей туристических услуг. Исходя из этого, под брендом туристской территории можно рассматривать имидж или образ, существующий в сознании потребителя и воспринимающийся им.

6. Дальнейшее развитие системного туристского продукта посредством рационального использования территории и системных аттракторов

Чеченской Республики выступает одним из факторов, создающих территориальный продукт и положительно влияющих на привлекательность республики, которая становится объектом туристского интереса, как среди соотечественников, так и зарубежных туристов, а также и инвесторов. Особенно привлекательным и актуальным становится кластерный подход. Экономический эффект от внедрения кластеров достигается за счет повышения и эффективного использования туристского потенциала.

**Обоснованность и достоверность.** Обоснованность результатов, рекомендаций и выводов, которые сформулированы в диссертационном исследовании, характеризуется наличием четкой взаимосвязи и логической последовательности изложения материала, использования системного подхода и апробированных способов и методов в экономических исследованиях, которые адекватно отражают поставленные цели и задачи, а также положительным результатом исследования, который подтверждает выдвинутую гипотезу.

Достоверность результатов диссертационного исследования основывается на использовании обширной статистической базы Чеченской Республики, законодательных и нормативных актов Российской Федерации и Чеченской Республики по рассматриваемой проблеме, а также данные с официальных сайтов Всемирной туристской организации и Всемирного совета по туризму и путешествиям.

**Теоретическое значение** заключается в уточнении и дополнении понятийного аппарата, связанного с формированием и оптимизацией системного туристского продукта, формируемого системными туристскими аттракторами, что способствует развитию теоретических аспектов развития сферы туризма и возможностей совершенствования социально-экономического развития территории Чеченской Республики.

**Практическая значимость** обусловлена возможностью использования отдельных результатов диссертационного исследования, в частности, методических рекомендаций по оценке совокупного эффекта влияния системного туристского продукта на объем выпуска обслуживающих туристский поток предприятий в условиях более низких темпов роста затрат по отношению к объему реализации

**Апробация основных результатов диссертации.** Основные положения исследования и его результаты на различных этапах работы представлялись, обсуждались и получили положительную оценку на международных и всероссийских научно-практических конференциях: Международная научно-практическая конференция «Эволюция научной мысли» (Уфа, 25 марта 2015 г.), Научно-практическая конференция «Наука – XXI веку» (Майкоп, 2016г.), 7-я Международная научно-практическая конференция «Управление социально-экономическим развитием регионов: проблемы и пути их решения» (Курск, 30 июня 2017г.), XXIII Международная мультидисциплинарная конференция «Актуальные проблемы науки XXI века» (Москва, 30 июня 2017г.).



**Публикации.** По теме исследования опубликовано 9 работ общим объемом 3,45 п.л. (в т.ч. автора – 3,2 п.л.), из них в журналах, рекомендованных ВАК – 4, объемом 1,95 п.л. (в т.ч. автора – 1,7 п.л.).

**Структура диссертации.** Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложений. Текст диссертационного исследования изложен на 159 стр., включает 32 таблицы и 25 рисунков. Список использованной литературы содержит 167 источников.

Во «Введении» автором обоснована степень актуальности темы диссертационной работы, проанализирована ее разработанность; определен и сформулирован объект, предмет, а также цели и задачи проводимого исследования; выявлена научная новизна, теоретическая и практическая значимость проведенного исследования.

Первая глава диссертации «Теоретико-методические аспекты развития территориального туризма на примере Чеченской Республики» отражает место и роль сферы туризма в экономическом развитии республики. Показан алгоритм формирования и развития территориального туристского продукта и способы его оптимизации.

Во второй главе «Организационно-экономические условия развития сферы туризма Чеченской Республики» проведен анализ современного состояния сферы туризма Чеченской Республики, представлена динамическая модель прогнозирования системного туристского продукта с учетом совокупного эффекта развития экономики Чеченской Республики, а также определено место туристской привлекательности в системе управления сферой туризма республики.

В третьей главе «Методические рекомендации по развитию сферы туризма с учетом ее территориальных особенностей» выявлена роль территориального брендинга в управлении системным туристским продуктом Чеченской Республики, дана оценка влияния кластерных структур в туризме на экономику территории.

В «Заключении» содержатся выводы и рекомендации по результатам проведенного исследования.

## **ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ВЫВОДЫ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

**1. Уточнен понятийный аппарат, связанный с формированием туристского продукта с позиций системного подхода, представлены традиционный и территориально-функциональный подходы к развитию сферы туризма на примере Чеченской Республики.**

Управление в туризме основано на системе туризма, представляющей собой отношения, в которых туристские предприятия, организации и целые территории взаимодействуют с внешней средой.

В настоящее время сформировалось понимание того, что территории, имеющие туристские ресурсы и потенциал, можно представить как торговые

марки, которые могут стать широко известными брендами, чей туристский продукт может стать сильным нематериальным активом для привлечения туристов. Данное обстоятельство подчеркивает необходимость разработки альтернативного подхода к развитию туристских ресурсов. Опираясь на понятие «туристские аттракторы» как комплекса объектов, расположенных на определенной территории, обладающих различными свойствами, которые представляют интерес для туристов и на этой основе формируют цели посещения объектов привлекательности, автором было дано определение дефиниции системные туристские аттракторы. По мнению автора системные туристские аттракторы представляют собой комплекс объектов, относящихся к туристским ресурсам, существенно усиливающих туристско-рекреационную систему территории, которые были созданы «с нуля» или переведены из категории «не вызывающих интерес» в категорию туристской привлекательности. Исходя из этого, под системным туристским продуктом следует понимать турпродукт, созданный на основе одного или нескольких системных туристских аттракторов.

Туристский продукт создается на основе туристско-рекреационного потенциала, определяемого туристскими ресурсами, которые были укрупненно разделены автором на первичные, косвенные и дополнительные. Развитие туризма основывается на включении в туристский оборот первичных туристских ресурсов, когда бизнес или власть включают объект показа в культурный оборот и притягивают к нему людей, тем самым осуществляя перевод первичных туристских ресурсов из потенциальных или слабо используемых в используемые.

Территория Чеченской Республики обладает богатой историей, культурным достоянием и бытом. При этом уникальные природные туристские ресурсы (бальнеологические ресурсы курорта «Серноводск-Кавказский», минеральные, серные, пресные родники Аргунского ущелья, укромный уголок первозданной природы Галанчожского озера, старинные доисламские петроглифы Селения Хой и многие другие), находясь в значительном отдалении друг от друга, не связаны между собой инфраструктурой. Несмотря на все имеющиеся ресурсы, можно говорить о том, что туризм в Чеченской Республике так и не достиг уровня развития, соответствующего своим потенциальным возможностям.

Данные предпосылки обуславливают целесообразность и возможность разработки и внедрения системных туристских аттракторов как объектов показа на территории Чеченской Республики. Построение таких аттракторов будет отличаться от процесса перевода первичного ресурса из потенциальных или слабо используемых в используемые (рисунок 1).

Автором показано, что системные туристские аттракторы являются основой создания туристского продукта для территорий без выраженной туристской привлекательности. Так, согласно традиционному подходу первичные туристские ресурсы диктовали территории вид туризма и объем его развития, а в случае их отсутствия, туризм как таковой тоже отсутствовал.

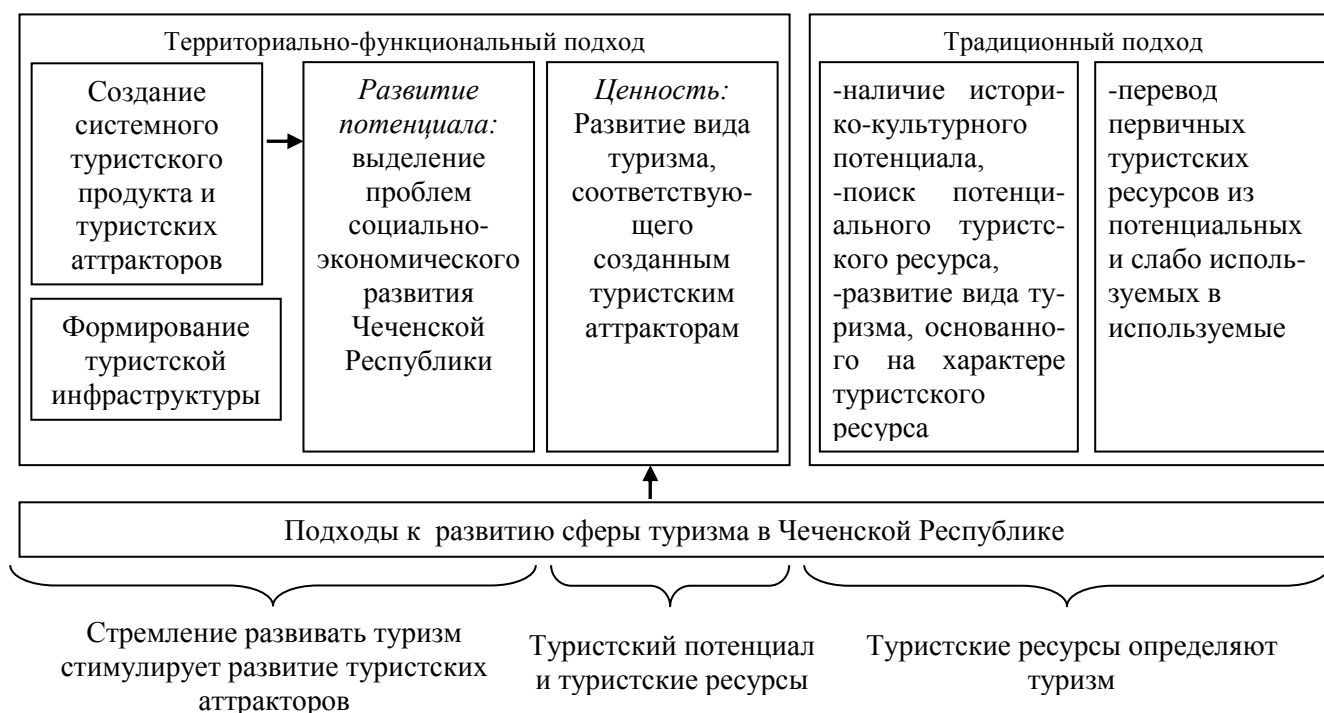


Рисунок 1 – Концептуальные подходы (традиционный и территориально-функциональный) к развитию сферы туризма

Разработанный автором альтернативный системный подход к развитию сферы туризма Чеченской Республики коренным образом изменяет этот принцип. Если традиционный подход трактовал «туристские ресурсы определяют туризм», то системный подход рассматривает туристские ресурсы как систему по всем ее элементам, поэтому «стремление развивать туризм стимулирует развитие туристских аттракторов».

## 2. Разработаны рекомендации по прогнозированию системного туристского продукта на основе динамической модели сбалансированного роста сферы туризма

В п. 2.2 диссертационного исследования был произведен расчет объема выпуска системного туристского продукта Чеченской Республики (рисунок 2). В основу расчета была заложена разработанная автором динамическая модель сбалансированного роста сферы туризма.

Алгоритм оценки совокупного эффекта формирования и развития системного туризма на уровне республики имеет следующий вид:

1. На основе статистических данных, посредством усреднения показателей определены значения коэффициента емкости и вместимости гостиничного комплекса территории (а), а также численное значение коэффициента b, характеризующего приростную капиталоемкость системного туризма республики.

2. Оценены затраты единичной емкости выпуска системного туристского продукта в течение горизонта прогнозирования.

3. Рассчитана сумма вложений в основной капитал в момент времени t, которые вызвали прирост объема товаров у в момент времени (t + μ) по

формуле (1):

$$y'(T) = k \cdot y(T - \mu) + B \cdot c_0 \cdot \exp[m(T - \mu)], \quad (1)$$

Значения коэффициентов  $k$  и  $B$  определяются по формулам (2, 3) соответственно:

$$k = \frac{1-a}{b} \quad (2)$$

$$B = -\frac{1}{b} \quad (3)$$

Для определения временного лага была взята разница во времени между моментом вложения денежных средств в основной капитал гостиничного комплекса республики и до момента получения прибыли от их использования.

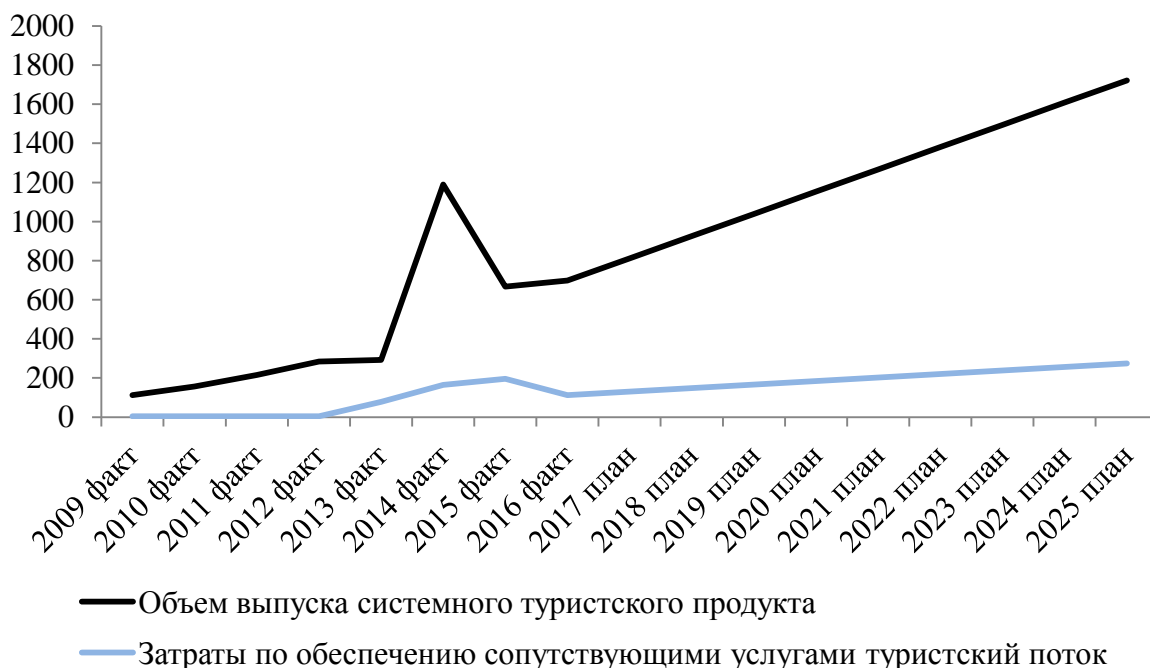


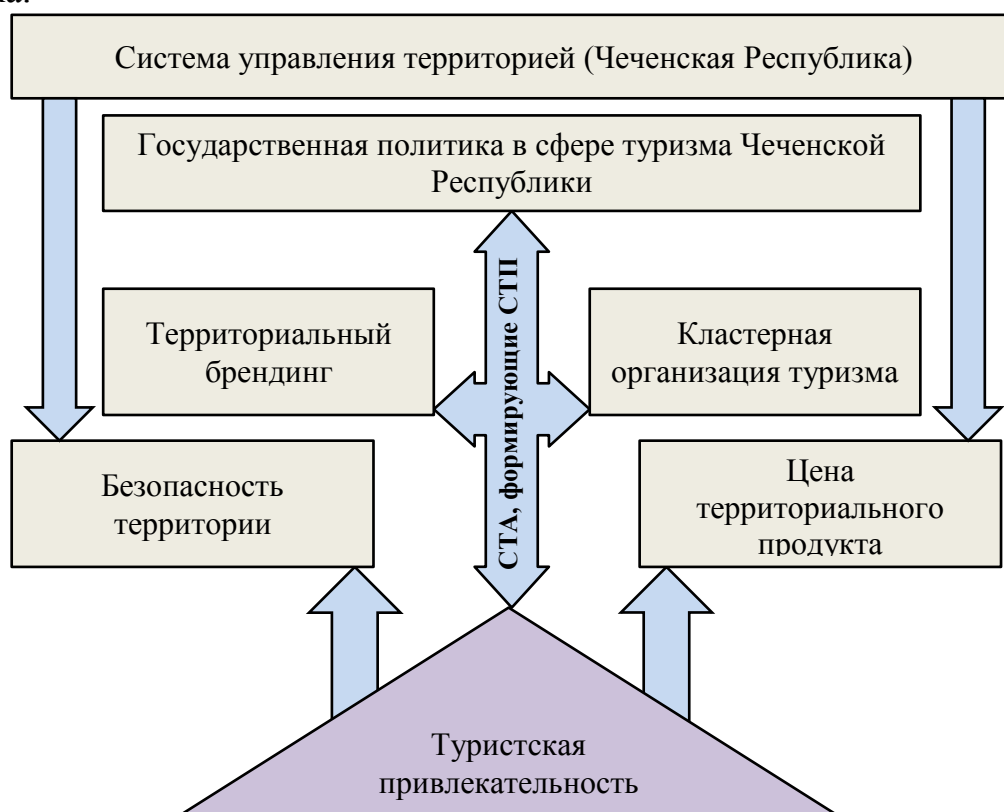
Рисунок 2 - Расчет объема выпуска системного туристского продукта Чеченской Республики, млн.руб.

Полученные данные показывают перспективность формирования системного туристского продукта на территории Чеченской Республики. Помимо стабильного роста объема его выпуска, растет и объем выпуска обслуживающих туристский поток предприятий, оказывающих сопутствующие услуги. Однако можно проследить, более низкий темп роста затрат по отношению к росту выпуска.

### 3. Место туристской привлекательности в системе управления сферой туризма Чеченской Республики

Детальный анализ туристской привлекательности территории это достаточно сложное мероприятие, поскольку сопряжено с мониторингом динамики ряда показателей различных видов экономической деятельности, что

довольно сложно проследить в отношении такой территории как Чеченская Республика.



СТП – системный туристский продукт  
СТА – системные туристские аттракторы

Рисунок 3 - Место туристской привлекательности в системе управления Чеченской Республики

Повышение привлекательности территории республики, в большинстве случаев соотносится с маркетинговыми инструментами, предполагающие реализацию мероприятий по созданию и развитию положительных факторов, характеризующих данную территорию. То есть понятие туристской привлекательности необходимо рассматривать в контексте с такими понятиями как «имидж территории Чеченской Республики», степень насыщенности системными туристскими аттракторами, формирующими системный туристский продукт, то есть является сложным интегрированным понятием, которое можно охарактеризовать целым комплексом взаимосвязанных характеристик. Как уже было отмечено в первой главе, системные туристские аттракторы – это комплекс объектов, относящихся к дополнительным туристским ресурсам, которые усиливают активность туристско-рекреационной системы Чеченской Республики, созданные «с нуля» или переведённых из категории «не вызывающих интерес» в категорию туристской привлекательности.

Оптимизация системного туристского продукта Чеченской Республики будет характеризоваться отсутствием статичности и много вариантностью

применения. Таким образом, общая схема выведения показателя насыщенности территориального образования (Чеченская Республика имеет в своем составе следующие 17 районов и 3 города республиканского значения - Аргун, Грозный, Гудермес) системными туристскими аттракторами с учетом фактора неопределенности и динамики утраченных и восстанавливаемых аттракторов (4).

$$P_n = \sum_{i=1}^n \frac{A_i}{T_0} \cdot K_j \cdot \sum_{m=1}^M \text{ГЭК} \quad (4)$$

Где: где  $P_n$  – показатель насыщенности системными туристскими аттракторами конкретного территориального образования

$A_i$  – величина показателя по административному району

$T_0$  – величина показателя территории

$i$  – индекс территории,  $i = \overline{1, n}$

$K_j$  – весовой коэффициент показателя

ГЭК – индекс геоэкологической комфортности

$m = \overline{1, M}$  – количество используемых в расчете параметров

Показатель насыщенности системными туристскими аттракторами Чеченской Республики примет значения (таблица 1).

Таблица 1 - Показатель насыщенности системными туристскими аттракторами Чеченской Республики

Показатель	Ачхой-Мартановский район	Веденский район	Грозненский район	Гудермесский район	Игум-Калинский район	Курчалоевский район	Надтеречный район	Наурский район	Ножай-Юртовский район	Сунженский район	Урус-Мартановский район	Шалинский район	Шаройский район	Шатойский район	Шелковской район	города
$P_n$	3,96	2,58	13,40	11,54	0,10	9,01	2,24	1,82	4,99	0,24	12,89	13,17	0,05	0,39	2,45	2,64

Данные таблицы показывают, что наибольшая насыщенность системными туристскими аттракторами присутствует в Грозненском, Шалинском и Урус-Мартановском районах. Как следствие для данных районов характерна более высокая туристская привлекательность.

#### 4. Разработан алгоритм формирования туристского бренда Чеченской Республики

Управление развитием республики, в основе которого выступает формирование и продвижение системного туристского продукта, предполагает ориентацию на реальные потребности потенциальных туристов и рекреантов. Целевой функцией управления системным туристским продуктом заключаются в создании системных туристских аттракторов и их комбинаций, повышающих

привлекательность республики для потенциальных туристов, повышения деловой активности, обеспечении привлекательности сосредоточенных на территории республики рекреационно-туристских ресурсов, а также сохранении возможностей их восполнения.

Автор считает, что создание привлекательного образа республики возможно посредством формирования и реализации концепции территориального брендинга в составе управления социально-экономическим развитием территории.

В основе территориального брендинга лежит уникальность территории, которая также тесно связана с развитием туризма. Автор подчеркивает, что основной целью брендинга туризма по территориальному признаку выступает создание у потенциальных клиентов и контрагентов (таких, как туристические операторы и агентства, авиакомпании) однозначного понимания уникальности туризма на данной территории, следствием чего может стать повышение лояльности потребителей и упрощение процесса рекламирования и продвижения системного туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках. Поэтому основная задача брендинга туристской территории заключается в выделении, позиционировании и усилении ее сильных сторон. Бренд республики, как туристской территории включает в себя ценности, цели, миссию в туризме, но также основные типы туристических ресурсов рассматриваемой территории.

Формирование бренда туристской территории заключается в определении ее места на глобальном туристском рынке и выявлении основных предпочтений потенциальных потребителей туристических услуг. Исходя из этого, под брендом туристской территории можно рассматривать имидж или образ, существующий в сознании потребителя и воспринимающийся им.

В качестве одного из популярных решений в туристском брендинге территории стала концепция «зонтичного бренда», представляющего собой группу товаров или услуг, которые объединены под знаком торговой марки (бренда) с единой концепцией продвижения и узнаваемой по единообразным бренд-сигналам. При этом можно говорить о том, что туристский бренд территории охватывает значительную часть бизнеса территории, когда вовлекаются в хозяйственный оборот ее достопримечательности, природные условия и сервисы, к ним привязанные.

В основу позиционирования и оценки перспективности различных видов туризма в составе системного туристского продукта Чеченской Республики заложен критерий их привлекательности для потребителей (туристов), которая оценивается на основе изменения количества посещений республики данной категорией туристов и зависит от этапа жизненного цикла, на котором они находятся. Из представленной схемы (рисунок 4) видно, что на туристском рынке Чеченской Республики присутствуют турпродукты, предлагающими посещение известных объектов – Мечеть «Сердце Чечни», Озеро Кезеной-Ам, Аргунское ущелье и т.д.

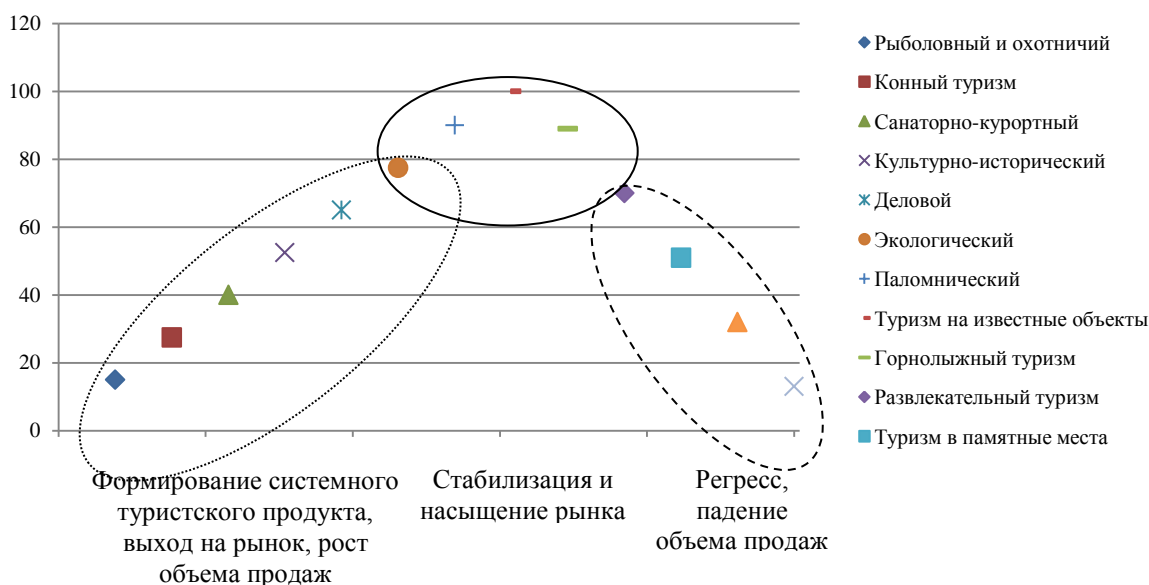


Рисунок 4 - Оценка жизненного цикла системного туристского продукта Чеченской Республики

Кроме этого, значителен спрос на культурно-исторические и паломнические туры, горнолыжный туризм. При этом степень освоения въездного рыболовного и охотничьего туризма невелика.

Данный факт также подтверждается анализом существующих ассоциативных образов территории Чеченской Республики в сети Интернет (самой широкой целевой аудиторией на сегодняшний день). Результаты поиска по ключевому слову «туризм в Чечне» на наиболее популярных поисковых сайтах (Google, Yandex и Rambler) показал рост количества запросов пользователей (рисунок 5).

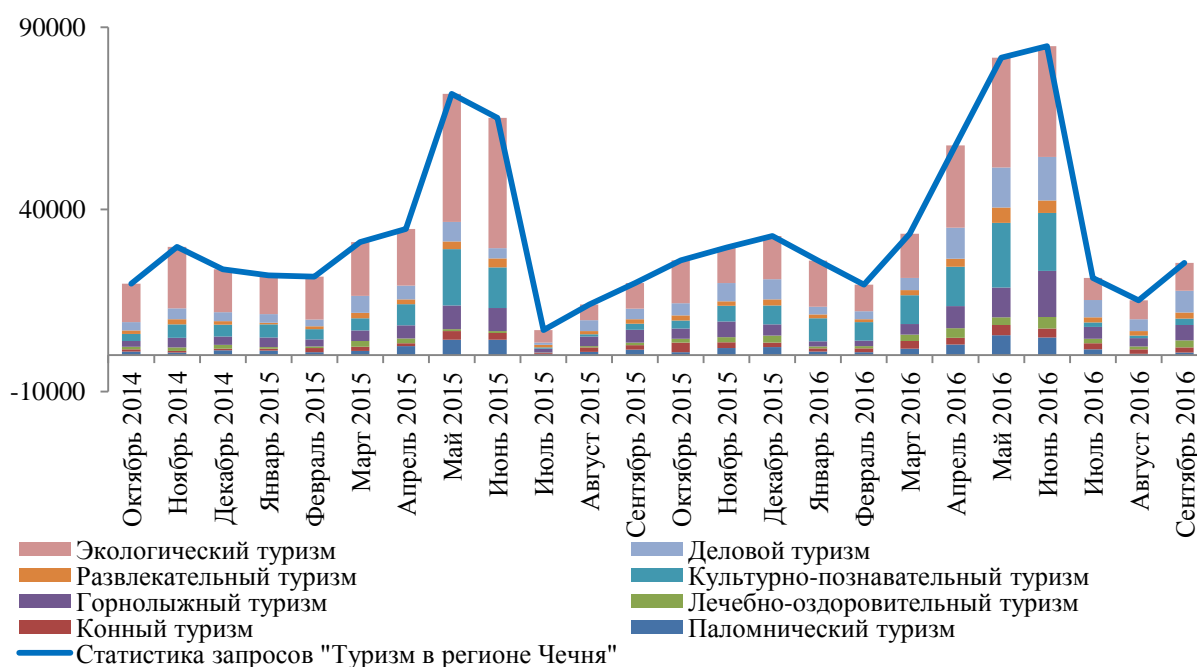


Рисунок 5 – Статистика интернет-запросов «Туризм в Чечне»



Около 30% запросов по туризму в Чечне относится к экологическому туризму, поскольку территория республики обладает уникальными природно-рекреационными ресурсами, которые способствуют развитию и горнолыжного вида туризма. Чеченская Республика отличается привлекательностью в плане развития делового туризма, что объясняется исламской культурой ведения бизнеса.

В пространственном отношении развитие туризма в Чеченской Республике характеризуется неравномерностью, существующие туристские продукты востребованы частично, отсутствует необходимая для дальнейшего развития туризма инфраструктура. Основная туристская нагрузка приходится на несколько наиболее известных центров.

С учетом сложившихся факторов разработка туристского бренда Чеченской Республики представлена автором в последовательности этапов (рисунок 6):

1. Проектирование, касается решения организационных вопросов - формирование функциональной структуры по работе над концепцией бренда территории, определение краткосрочных и долгосрочных целей и задач брендинга, а также сроков реализации каждого из этапов и т.д.

2. Информационно-аналитический этап брендинга Чеченской Республики заключается в проведении исследований в целях выявления наиболее запоминающихся территориальных образов и имиджей.

3. На этапе сегментации туристского рынка Чеченской Республики определяется возможная цикличность туристского рынка, его реальная и потенциальная емкость, степень динамичности и основные тенденции развития.

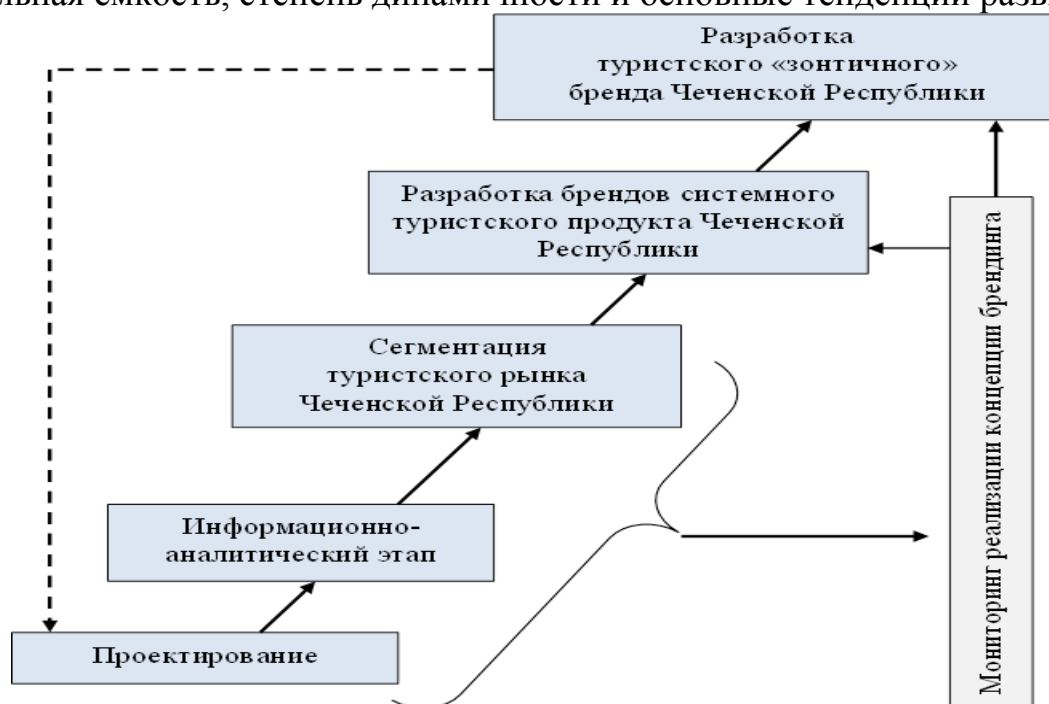


Рисунок 6 - Алгоритм формирования туристского бренда Чеченской Республики

4. На основании сегментации туристского рынка и его анализа, выявляются существующие и требуемые системные туристские аттракторы, комбинируемые в системный туристский продукт Чеченской Республики.

5. Мониторинг предыдущих этапов послужит отправной точкой для формирования частных туристских брендов Чеченской Республики. То есть на данном этапе осуществляется разработка идей, названий, визуальных образов, креативных элементов брендов, проектируется долгосрочное видение брендов и их дифференциация.

В схематичном представлении «зонтичный» туристский бренд Чеченской Республики был представлен автором под общим названием «Чечня гостеприимная». В его дифференциации можно выделить два направления, каждое из которых включает в себя частные бренды (рисунок 7).

Выделенные ресурсы чеченского системного туристского продукта, могут стать потенциальными брендами, которые можно условно разделить на две группы, которые составят основу будущих брендов:

- 1) природный рекреационно-туристский потенциал республики;
- 2) культурно-исторический потенциал.

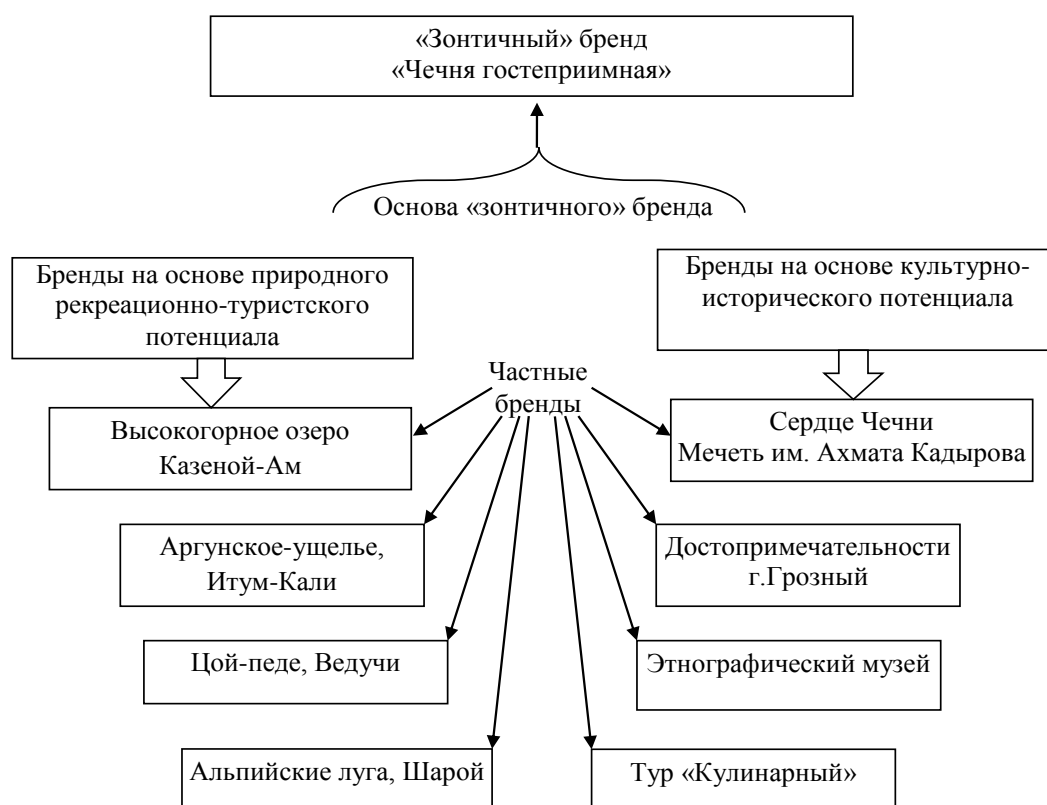


Рисунок 7 - Туристский зонтичный бренд Чеченской Республики

Разработанный автором туристский зонтичный бренд Чеченской Республики позволит определить основные экономические приоритеты развития в долгосрочной перспективе; разработать наиболее подходящий для Чеченской Республики образ, а также выявить перспективные рыночные ниши в экономике республики с целью дальнейшей разработки новых проектов и

выявить дополнительные ресурсы, резервы и возможности реализации уже существующих проектов.

## **5. Оценка влияния кластерных структур в туризме на экономику территории**

Как уже отмечалось, формирование и дальнейшее развитие системного туристского продукта посредством рационального использования территории и системных аттракторов Чеченской Республики выступает одним из факторов, создающих территориальный продукт и положительно влияющих на привлекательность республики, которая становится объектом туристского интереса, как среди соотечественников, так и зарубежных туристов, а также и инвесторов. Особенно привлекательным и актуальным становится кластерный подход.

Прежде чем перейти к процессам формирования туристских кластеров в Чеченской Республике, выполним диагностику имеющегося потенциала исходя из следующих этапов:

Этап 1. Элементный анализ кластера позволяет определить полноту и уровень развития инфраструктуры кластера, оценить сбалансированность и обоснованность инфраструктуры, выявить недостающие или недостаточно развитые ее элементы, определить цену территориального продукта Чеченской Республики.

Этап 2. Вертикальный анализ кластера позволяет выполнить анализ состояния и взаимосвязей основных элементов кластера, его важнейших секторов, например сектора проживания, питания, бизнес-возможностей для деловых коммуникаций и пр., осуществить построение технологических цепочек, определить степень локализации кластера.

Этап 3. Горизонтальный анализ кластера выявляет совокупный эффект кластера, насколько он задействует иные производства и услуги, имеющиеся в республике. Позволяет также выделить межкластерные связи и место кластера в социально-экономическом развитии экономики Чеченской Республики.

Одним из факторов формирования кластеров выступает цена территориального продукта. Она формируется системным туристским продуктом и складывается из затрат потенциальных клиентов территории, в том числе и ее жителей, которые несут расходы на удовлетворение своих потребностей при потреблении системного туристского продукта, оказывая при этом влияние на экономическую эффективность территории.

В качестве показателей, формирующих цену территориального продукта могут выступать экономические показатели и показатели социальной сферы. Зависимость между этими показателями может быть представлена в форме рангов рассматриваемой территории в составе федерального округа. Исходя из полученного на основании статистических данных рейтинга республики в составе Северо-Кавказского Федерального округа установлена следующая зависимость между данными показателями в составе цены территориального продукта Северо-Кавказского Федерального округа:

$$\text{ЦРП}_{\text{СКФО}} = 3,17 + 0,30\text{ПЭЭ} + 0,61\text{ПСС}, R^2 = 0,98 \quad (5)$$

Применительно к Чеченской Республике, цена продукта была рассчитана автором в п.3.3. диссертационного исследования. Полученные данные показывают положительную динамику (двукратное ее увеличение к 2025 году по сравнению с 2015 годом) в дальнейшем социально-экономическом развитии республики и свидетельствуют о том, что туристская сфера обладает реальными возможностями для использования кластерных технологий.

На территории Чеченской Республики можно предложить два вида туристских кластеров: городского «Грозный» и горного в Галанчожском районе.

Оценка результативности создания данных кластеров может быть основана на расчете показателя однодневных расходов туристов, находящихся на территории Чеченской Республики. Как правило, данные расходы складываются из расходов на размещение; питание; экскурсии; транспортные расходы; прочие расходы. В числе этих составляющих расходов часть, в той или иной мере, присутствует постоянно - проживание, питание и транспортные расходы, а часть может рассматриваться в качестве дополнительных расходов – экскурсии и прочие расходы туриста. Исходя из вышеизложенного, можно выделить две границы дохода предприятий сферы туризма:

- верхняя – это доход с учетом прочих расходов туриста
- нижняя – это доход без учета прочих расходов туриста (таблица 2).

Таблица 2 – Диапазон доходов сферы туризма Чеченской Республики в 2011-2015 году, тыс. руб.

Диапазон доходов	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
Нижняя граница дохода (Дн)	3 111	2 910	2 955	87 429	130 406
Верхняя граница дохода (Дв)	4 130	3 864	3 923	116 079	173 140
Усредненный доход ( $\bar{D}$ )	3 620	3 387	3 439	101 754	151 773

Используя данные о количестве туристов, суммарных расходах одного туриста, можно провести расчет полученных предприятиями кластера доходов.

Доход нижнего диапазона значений ( $D_{ндз}$ ):

$$D_{ндз} = K_T \times P_{гтк}, \quad (6)$$

где:  $K_T$  – количество туристов, посетивших территорию кластера,  $P_{гтк}$  – суммарные расходы одного туриста горного туристского кластера.

Доход верхнего диапазона значений ( $D_{вдз}$ ):

$$D_{вдз} = K_T \times P_{город.тк}, \quad (7)$$

где:  $P_{город.тк}$  – суммарные расходы одного туриста городского туристского кластера.

Таблица 3 – Расчет суммарных расходов одного туриста за время его пребывания на территории кластеров Чеченской Республики

Верхний диапазон значений	Показатели	Городской туристский кластер				
		2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
	Однодневные расходы туриста горного туристского кластера, руб.	3 702	3 925	4 082	4 286	4 500
	Продолжительность отдыха, дней	12	12	12	12	12
	Суммарные расходы одного туриста горного туристского кластера, руб. ( $P_{\text{город.тк}}$ )	44 430	47 096	48 980	51 429	54 000
Нижний диапазон значений	Показатели	Горный туристский кластер				
		2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
	Однодневные расходы туриста горного туристского кластера, руб.	4 937	5 233	5 442	5 714	6 000
	Продолжительность отдыха, дней	5	5	5	5	5
	Суммарные расходы одного туриста горного туристского кластера ( $P_{\text{гтк}}$ )	24 683	26 164	27 211	28 571	30 000

Средний доход ( $\bar{D}$ ):

$$\bar{D} = \frac{(D_{\text{ндз}} + D_{\text{вдз}})}{2} \quad (8)$$

Расчет данных показателей представлен в таблице 4.

Таблица 4 - Доход, полученный предприятиями туристской сферы Чеченской Республики, тыс. руб.

Показатели	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
Доход нижнего диапазона значений	1 033	966	981	29 020	43 285
Доход верхнего диапазона значений	3 098	2 898	2 942	87 059	129 855
Средний доход	2 065	1 932	1 962	58 040	86 570

Для расчета совокупного эффекта туристской сферы ( $m$ ), возьмем рассчитанное специалистами исследовательского агентства «Strategy Partners» значение мультипликатора равное 2,8.

Расчет дохода, полученного фирмами туристской сферы Чеченской Республики с учетом совокупного эффекта, представлен в таблице 5.

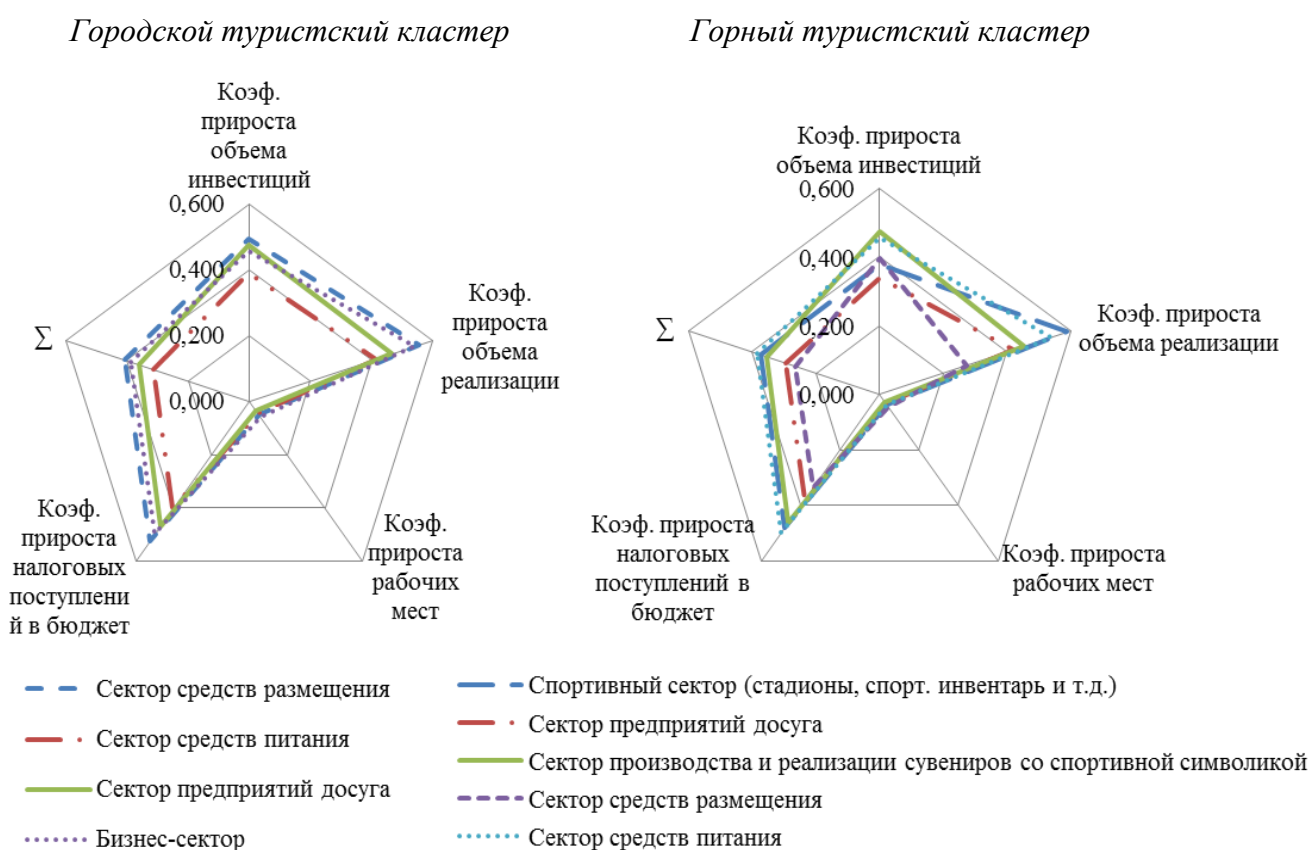
Таблица 5 – Предполагаемый доход предприятий сферы туризма Чеченской Республики от участия в туристских кластерах (городского и горного), тыс. руб.

Показатели	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
Доход нижнего диапазона значений	2 891	2 705	2 746	81 255	121 198
Доход верхнего диапазона значений	8 673	8 114	8 238	243 766	363 594
Средний доход	5 782	5 410	5 492	162 511	242 396

Исходя из расчета суммарных доходов туристской сферы, подробно изложенных в п.3.3 диссертационного исследования, считаем возможным использовать следующие показатели, характеризующие результативность создания предлагаемых кластеров «Городского» и «Горного» и отражающие основные тенденции развития сферы туризма Чеченской Республики:

- ✓ коэффициент прироста объема инвестиций;
- ✓ коэффициент прироста объема реализации;
- ✓ коэффициент прироста рабочих мест;
- ✓ коэффициент прироста налоговых поступлений в бюджет.

Графическая интерпретация процессов формирования кластеров представлена на рисунках 8,9.



**Рисунок 8 - Графическая интерпретация оценки деятельности предприятий сферы туризма (до формирования городского и горного кластеров)**

Проведенные расчеты подтверждают результативность формирования кластеров, как инструмента развития сферы туризма и продвижения системного туристского продукта Чеченской Республики на мировой рынок.

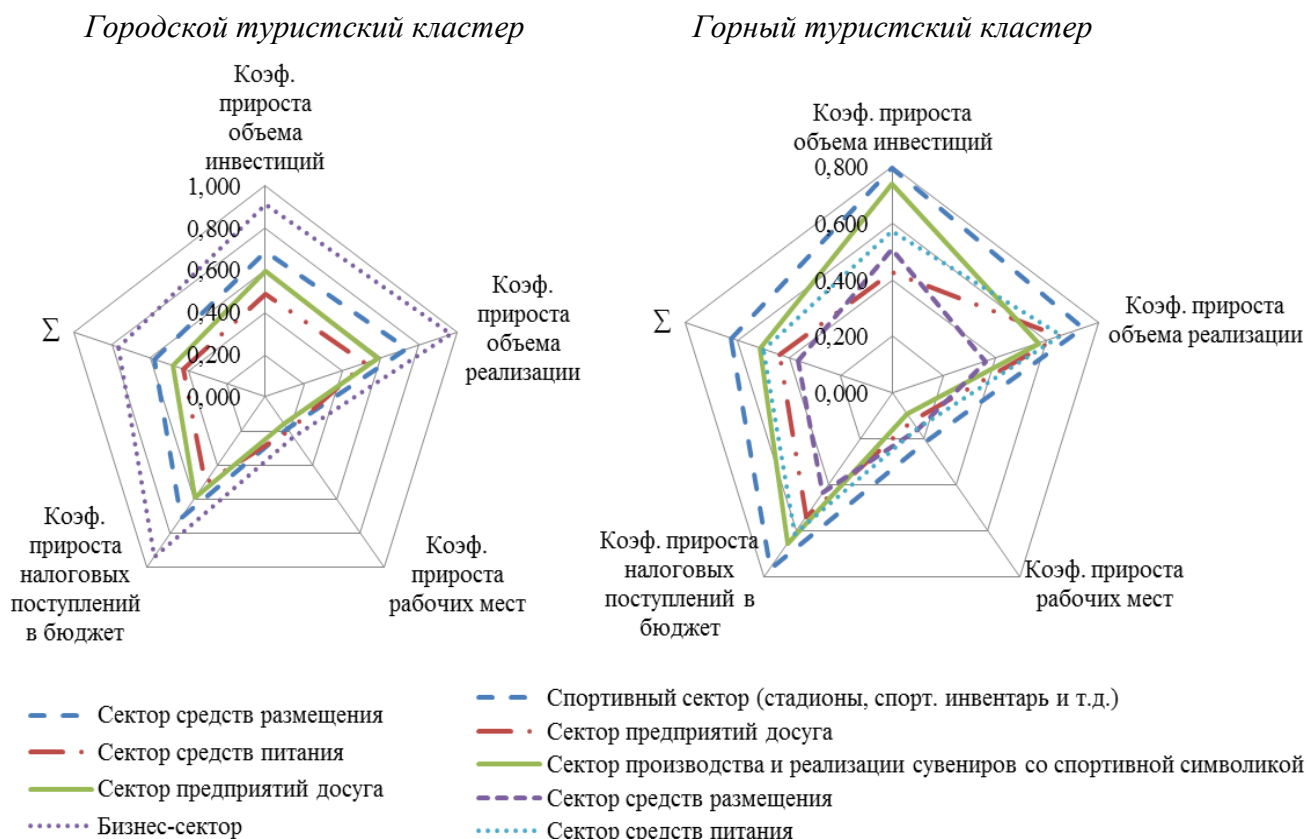


Рисунок 9 - Графическая интерпретация оценки деятельности предприятий сферы туризма (после формирования городского и горного кластеров)

Экономический эффект от внедрения городского и горного кластеров достигается за счет повышения и эффективного использования туристского потенциала, более быстрой адаптации к изменениям системного туристского продукта, а также за счет повышения заинтересованности работников в конечных результатах.

## СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

### Публикации в ведущих рецензируемых журналах и изданиях, рекомендованных ВАК

1. Назаева, М.И. Концептуальные положения разработки инвестиционной стратегии предприятий туристско-рекреационного комплекса / М.И. Назаева, Я.С.Ткачева, С.С. Хажокова// Новые технологии. Вып. 1/2015. – Майкоп: изд-во ФГБОУ ВПО «МГТУ», 2015.– С.88-94 (0,3 п.л., в т.ч. автора 0,2 п.л.).

2. Назаева, М.И. Формирование системы продвижения туризма на территориях без выраженной туристской привлекательности (на примере Чеченской республики) / М.И. Назаева// Российское предпринимательство. — 2017. — Том 18. — № 6. — С. 909-916. (0,4 п.л.).

3. Назаева, М.И. Развитие туризма Чеченской Республик в современных условиях (статья ВАК) / М.И. Назаева, М.К.Беданок// Транспортное дело России. 1( 128) 2017. – С. 17–19 (0,75 п.л., в т.ч. автора 0,6).

4. Назаева, М.И. Методические рекомендации по формированию динамической модели прогнозирования системного туристского продукта территорий без выраженной туристской привлекательности (на примере Чеченской Республики)/ М.И. Назаева// Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 9, №3 (2017) <http://naukovedenie.ru/PDF/12EVN317.pdf> (доступ свободный) (0,5 п.л.).

### **Публикации в других изданиях**

5. Назаева, М.И. Формирования туристского «зонтичного» бренда (на примере Чеченской Республики) (статья) / М.И. Назаева// XXXIII Неделя науки МГТУ. Материалы научно-практической конференции «Наука – XXI веку». – Майкоп: ИП Кучеренко В.О., 2016. –С. 132-135 , (0,2 п.л).

6. Назаева, М.И. Роль и место сферы туризма в экономике Чеченской Республики (статья) / М.И. Назаева//«Управление социально-экономическим развитием регионов: проблемы и пути их решения» Материалы 7-й Международной научно-практической конференции (30 июня 2017г., г.Курск).- С. 56-59 (0,2 п.л.).

7. Назаева, М.И. Модель формирования территориального туристского продукта Чеченской Республики / М.И. Назаева// «Актуальные проблемы науки XXI века»: Материалы XXIII Международной мультидисциплинарной конференции г. Москва, 30 июня 2017 г.– С. 37–42 (0,4 п.л.).

8. Назаева, М.И. Место туристской привлекательности в системе управления сферой туризма Чеченской республики. / М.И. Назаева// The scientific heritage (Венгрия), Выпуск №13 (13), 27.06.2017.- С. 13-16 (0,4 п.л.).

9. Назаева, М.И. Методические подходы к формированию механизма управления туристской сферой Чеченской республики с учетом территориальных особенностей / М.И. Назаева// «Наука сегодня: факты, тенденции, прогнозы»: сборник статей Международной научно-практической конференции (28 июня 2017 г., г.Вологда).– С. 101-104 (0,3 п.л.)