

СТАТЬИ И СООБЩЕНИЯ

Экономика и туризм

УДК 33

Аттрактивность регионального турпродукта Чеченской республики

¹ Екатерина Султановна Айханова

² Борис Анатольевич Ермаков

¹⁻² Сочинский государственный университет, Россия

354000, г. Сочи, ул. Советская, 26а

¹ аспирант

E-mail: k-a-2011@mail.ru

² Доктор медицинских наук, профессор

Аннотация. Выявление потребительских предпочтений является одной из важнейших маркетинговых задач в сфере туризма, в особенности применительно к региональным рынкам внутреннего и въездного туризма, находящимся в стадии формирования новой институциональной среды. К таким типам рынков относится рынок туризма Чеченской Республики. С целью выявления аттрактивности регионального турпродукта было проведено анкетирование 1315 респондентов с использованием социальных сетей на основе специального опросника. В статье обсуждаются результаты опроса.

Ключевые слова: потребительские предпочтения; аттрактивность регионального турпродукта.

Введение. Общеизвестно, что теория спроса, опираясь на экономическую модель поведения потребителей, объясняет то, как люди делают свой выбор в пользу тех или иных товаров или услуг, какие факторы в конечном итоге определяют их окончательное решение. Если речь идет о туризме, то потенциальный потребитель сначала должен определиться, собирается ли он вообще приобретать какой-либо турпродукт, и только затем перед ним встает проблема конкретизации выбора: куда ехать, каким видом транспорта, где остановиться, что посетить, наконец, каким образом будет организовано его путешествие в целом и по какой цене. В поисках ответа на эти и другие вопросы потенциальный турист изучает множество предлагаемых вариантов, взвешивая все «за» и «против». Сравнивая, он отдает предпочтение тем вариантам, которые, с его точки зрения, принесут ему наибольшее удовлетворение за меньшую цену.

Шкалы личных предпочтений существенно различаются между собой. Для некоторых туристов максимальный эффект будет считаться достигнутым в случае развития мастерства в горнолыжном спорте, дайвинге или других экстремальных разновидностях туризма. Для иных – если они освободятся от повседневных забот и с интересом проведут свободное время. Третьи – получают максимальное удовлетворение, приобщившись к искусству великих мастеров. Четвертые – будут считать свою «туристскую миссию» выполненной после посещения религиозной святыни или совершения культового обряда.

При этом окончательный выбор потребителя зависит не только от его индивидуальных пристрастий, но и определяется рядом экономических факторов, прежде всего, стоимостью планируемого тура. Кроме того, на принятие решения влияют и факторы внеэкономического порядка: мода, образ жизни, традиции и др.

В свете изложенного выявление потребительских предпочтений является одной из важнейших маркетинговых задач в сфере туризма, в особенности применительно к региональным рынкам внутреннего и въездного туризма (РР ВВТ), находящимся в стадии формирования новой институциональной среды и разработки оригинального регионального

турпродукта. К таким РР ВВТ, с нашей точки зрения, относится региональный рынок туризма Чеченской Республики (ЧР).

Материалы и методы. В целях оценки аттрактивности регионального турпродукта ЧР нами был проведен интерактивный опрос респондентов, проживающих в различных субъектах РФ, с помощью специально разработанной анкеты. Анкетирование проводилось с использованием социальных сетей «В КОНТАКТЕ» и «ОДНОКЛАССНИКИ». Всего было получено 1315 заполненных анкет. По итогам автоматизированной обработки данных опроса с целью формирования «портрета» потенциального туриста произведена типизация потенциальных потребителей туристских услуг по полу, возрасту, социальному положению, вероисповеданию, маркетинговым предпочтениям, а также сформулированы оптимальные для восстановительного этапа развития РР ВВТ ЧР предложения по регионализации институциональных форм туристской политики.

Обсуждение проблемы. Природа щедро одарила Чечню. Здесь соседствуют пять климатических зон – от полупустынь до снежных горных вершин высотой более 4 тысяч метров над уровнем моря. Уникальные ландшафты, богатейшие лесные массивы, чистые реки, высокогорные озера, многочисленные археологические, архитектурные и культурные памятники создают своеобразную рекреационную среду, сочетающую в себе выгодное географическое положение, сохранившийся природный потенциал и богатое культурно-историческое наследие [3].

По богатству и значимости памятников истории и культуры ЧР является одной из интереснейших территорий России. Под государственной охраной находятся 333 памятника истории и культуры, в том числе 100 объектов федерального значения. Древняя архитектура горной Чечни – боевые и жилые башни, некрополи, культовые сооружения – представляет собой уникальное явление в мировой культуре и имеет огромную эстетическую и историческую ценность. Все районы и населенные пункты ЧР по степени концентрации в них историко-культурных, архитектурных и прочих туристических объектов и их ценности разделены на три типа:

- с богатым историко-культурным наследием (города – Грозный и Гудермес, районы – Итум-Калинский, Веденский, Шатоевский и Шароевский);
- со значительным историко-культурным наследием (села Шатой и Итум-Кали);
- располагающие отдельными памятниками истории и архитектуры.

Министерством ЧР по физической культуре, спорту и туризму в рамках разработки целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Чеченской Республике на 2012–2018 гг.», предусматривающей как возрождение исторически сложившихся рекреационных зон, так и создание новых объектов туристской инфраструктуры, предложено следующее рекреационное зонирование территории ЧР:

Таблица 1

Рекреационные зоны ЧР и их специализация

№ п/п	Зона рекреации	Основная специализация зон
1	«Серноводская»	Бальнеологический и питьевой курорт.
2	«Сунженская»	Кратковременный отдых населения г. Грозного.
3	«Джалкинская»	Кратковременный отдых населения г. Грозного.
4	«Самашкинская»	Кратковременный отдых населения г. Грозного. Дополнительный отдых школьников.
5	«Ойсхара» (Новогрозненская)	Кратковременный отдых населения г. Гудермеса. Санаторно-курортное лечение.
6	«Шалажи»	Долговременный отдых.
7	«Чишки»	Долговременный отдых. Бальнеологический курорт.
8	«Галанчож»	Долговременный отдых. Размещение туристов (водные виды спорта).
9	«Кезеной-Ам»	Долговременный отдых. Размещение туристов.
10	«Беной»	Долговременный отдых. Размещение туристов. Детские оздоровительные лагеря.
11	«Горная»	Спортивный туризм. Горнолыжный спорт. Альпинизм.
12	«Гудермеская»	Бальнеологический курорт.

Кроме того, завершение реконструкции и модернизации автодороги «Грозный – Итум-Кали» и продолжение ее до государственной границы с Грузией даст возможность создания крупного экскурсионно-туристического кластера в селах Итум-Кали, Тазбичи, Шатой и Ведучи.

Концепцией определено, что рекреационные зоны, специализирующиеся на кратковременном отдыхе, должны включать средства размещения, рассчитанные на пребывание гостей длительностью 1–2 дня, объекты ближнего туризма, пляжные комплексы, рыболовные и охотничьи базы. Их предлагается размещать преимущественно в зеленых зонах городов Грозного, Гудермеса и Аргуна.

Рекреационные зоны, включающие в себя детские дачи и оздоровительные лагеря, туристские гостиницы и турбазы, санатории и курорты, предназначенные для долговременного отдыха и санаторно-курортного лечения, предусмотрено формировать на базе территорий, располагающих особо ценными природными ресурсами [5].

В последнее время все более широкое развитие получает паломничество к расположенным на территории ЧР святым и почитаемым местам – зиярт [1]. В ЧР более 100 зияртов и около 800 мечетей. Главная святыня Чечни – зиярт матери великого суфия и духовного учителя Кунта-Хаджи Кишиева – ежегодно привлекает тысячи паломников [4]. Непосредственно в г. Грозном расположен красивейший исламский комплекс, который вмещает в себя мечеть им. Ахмат-Хаджи Кадырова «Сердце Чечни», центральный офис Духовного управления мусульман ЧР, Российский исламский университет им. Кунта-Хаджи Кишиева, исламскую библиотеку, общежитие для студентов и гостей. Паломники, прибывающие не только из соседних Ингушетии, Дагестана, других регионов РФ, но и из зарубежных стран – Ирака, Турции, Сирии, как и предписывается канонами, передвигаются по территории республики исключительно пешком, повсюду встречая радушный и гостеприимный прием.

Однако особую ценность представляет неповторимая этнокультура республики, включающая не только произведения художников, архитекторов, музыкантов, писателей, труды ученых, но и нематериальное достояние – фольклор, народные обряды, религиозные ритуалы, национальную кухню.

Таким образом, ЧР является регионом перспективным для осуществления широкого спектра разновидностей ВВТ: культурно-познавательного, лечебно-оздоровительного, сельского, экологического и в особенности паломнического [2].

Вместе с тем эти потенциальные возможности необходимо трансформировать в реальные рыночные инструменты. На сегодняшний день в Чеченской Республике функционируют всего 13 гостиниц, из них 9 – в г. Грозном. Общий номерной фонд составляет 470 номеров, из которых 300 номеров приходится на отель «Грозный Сити». Разрабатывается проект строительства гостиницы при спорткомплексе им. Ахмат-Хаджи Кадырова на 500 номеров. Предприятия сферы общественного питания расположены преимущественно на территории г. Грозного. Всего насчитывается около 100 ресторанов, баров, кафе и закусочных. На долю ресторанов с количеством посадочных мест до 50 приходится 45% предприятий общественного питания, 40% составляют предприятия, имеющие от 50 до 100 посадочных мест. Подавляющее число баров специализируется на европейской и кавказской кухнях. Для большинства кафе и закусочных характерна смешанная и европейская кухни. Итальянская кухня представлена 6 пиццериями.

По состоянию на 1 января 2012 года в ЧР осуществляют деятельность 35 туристских компаний, в том числе 4 из них осуществляют туроператорскую и турагентскую деятельность. Остальные предприятия занимаются экскурсионной деятельностью. Подавляющее большинство туристских компаний относится к субъектам малого предпринимательства, находящимся в частной собственности. Учитывая тот факт, что предприятия, занимающиеся туризмом, являются многопрофильными, непосредственно в туризме занято всего 22 человека. Объем средств от реализации туристского продукта (за минусом НДС, акцизов и других аналогичных обязательных платежей) в 2011 году составил всего 480,00 тыс. руб.

Таким образом, в настоящее время РР ВВТ ЧР характеризуется слабой вовлеченностью туристских ресурсов в экономический оборот. Общее состояние туристской индустрии, уровень производства и потребления туристских услуг находятся на достаточно низком уровне. Основные сегменты РР ВВТ ЧР не получили законченного оформления. Контингент

потенциальных потребителей весьма неустойчив, его мотивация не стабильна. Скрамный поток ВВТ пока главным образом формируется за счет членов различных делегаций, религиозных и культурных деятелей, спортсменов и их болельщиков, а также приезжающих из-за пределов республики родственников граждан, проживающих в Чечне.

Результаты. Как уже отмечалось выше, всего в ходе опроса от респондентов было получено 1315 заполненных анкет и произведена их типизация, что позволило не только оценить привлекательность регионального турпродукта для различных групп потенциальных потребителей, но и спрогнозировать вектор развития РР ВВТ ЧР на перспективу. При типизации потенциальных потребителей туристских услуг учитывались такие признаки, как пол, возраст, социальный статус, место постоянного проживания, вероисповедание, а также маркетинговые предпочтения каждой из типо-групп.

По возрасту опрошенные были разделены на 4 группы: 15–30 лет, 31–40 лет, 41–50 лет и 51–60 лет.

По полу респонденты распределились следующим образом: женщин – 743 или 56,5%, мужчин – 572 или 43,5%.

По социальному статусу: 656 человек, или 49,8% составили работающие граждане, 385 человек, или 29,3% – студенты, 212 человек, или 16,2% – временно неработающие, 62 человека, или 4,7% – пенсионеры.

По месту постоянного проживания респонденты распределились так:

- на территории СКФО – 541 человек, или 41,1%;
- на территории ЮФО – 264 человека, или 20,1%;
- на территории Москвы – 108 человек, или 8,3%;
- на территории Санкт-Петербурга – 65 человек, или 4,9%;
- на территориях других субъектов РФ – 337 человек, или 25,6%.

По вероисповеданию 1145 человек, или 87%, отнесли себя к христианам, а 170 человек, или 13 %, – к мусульманам.

Из общего числа респондентов **612 человек, или 46,53%, хотели бы посетить ЧР с целью туризма.** Среди них преобладают лица в возрасте от 15 до 40 лет. При этом 359 человек, или 58,6%, постоянно проживают на территории СКФО (города Владикавказ, Махачкала, Пятигорск, Ессентуки, Ставрополь, Минеральные Воды, ст. Суворовская), 147 человек, или 24%, – на территории ЮФО (города Волгоград, Ростов-на-Дону, Элиста, Краснодар), 83 человека, или 13,5% (города Москва и Санкт-Петербург). Среди жителей других субъектов РФ, желающих посетить ЧР с целью туризма, – единицы (23 человека, или 3,7%). 453 человека, или 74%, опрошенных из данной группы составляют христиане, а 159 человек, или 23%, – лица магометанского вероисповедания.

У желающих посетить ЧР граждан наибольший интерес вызывает **культурно-познавательный туризм (70,3%)**. На втором месте следует **паломнический туризм (22,1%)**. Далее в порядке убывания частоты ответов располагаются **лечебно-оздоровительный (4,1%), экологический (2,8%) и сельский (0,7%) туризм.**

К числу наиболее предпочтительных средств размещения в период путешествия по ЧР **большинство положительно ответивших респондентов (356 человека, или 58,3%) отнесли отель категории 4–5***.** Второе место среди предпочтений респондентов разделили **отель категории 3–4*** (99 человека, или 16,1%) и сельский дом (91 человек, или 14,8%).** Такие средства размещения, как **палаточный городок, мотель, кемпинг,** в совокупности назвали всего 66 респондентов, или 10,8% от числа опрошенных из данной группы.

В качестве наиболее предпочтительного вида транспорта для путешествия в ЧР респонденты назвали личное авто (248 человек, или 40,5%). Далее следуют **воздушный (142 человека, или 23,2%) и железнодорожный (119 человек, или 19,5%) транспорт.** **Автобусное сообщение** выбрали 103 опрошенных, что составило 16,8% от общего числа респондентов, желающих посетить ЧР с целью туризма.

подавляющее большинство респондентов (445 человек из 525, или 72,7%) **в качестве гастрономических предпочтений выбрали национальную кухню.**

440 человек, или 71,9% от числа респондентов, желающих посетить ЧР, позитивно отнеслись к идее медицинского страхования (по образцу страхования при выезде за рубеж) с целью оказания при необходимости медицинских и медико-транспортных услуг в период совершения путешествия.

Таким образом, портрет потенциального туриста, желающего посетить ЧР, представляется следующим: граждане обоего пола в возрасте от 15 до 40 лет, преимущественно работающие или студенты, проживающие в регионах СКФО и ЮФО, а также в Москве, как христианского, так и магометанского вероисповедания, предпочитающие культурно-познавательный туризм с обеспечением высокого уровня сервиса и личной безопасности в период совершения путешествия. Для лиц старших возрастных групп (от 41 до 60 лет, преимущественно мусульман) на приоритетном месте находится паломнический туризм.

Заключение. Несмотря на наличие определенных проблем и нерешенных вопросов системного характера, ЧР является перспективным направлением внутреннего и въездного туризма. Представляется, что успешное развитие РР ВВТ ЧР во многом станет определяться наличием эффективной институциональной среды, формирование которой потребует не только серьезной государственной поддержки с адекватным уровнем финансирования, но и скоординированных усилий не только профессионального сообщества, но всего населения республики. При этом центральное место должно быть уделено решению задач формирования соответствующей инфраструктуры для производства оригинального регионального турпродукта, обеспечения высокого уровня его аттрактивности и успешного продвижения на рынке ВВТ. Очевидно, что эти задачи должны решаться с соблюдением принципов стратегии дифференцированного маркетинга, состоящей в том, чтобы различным группам потенциальных потребителей предлагать турпродукты, имеющие качественные отличия и тем самым наиболее полно удовлетворять их запросы.

На основе полученных данных, а также собственной экспертной оценки в качестве приоритетных можно рекомендовать следующие направления деятельности в рамках развития институциональных форм туристской политики:

- опережающее строительство автомобильных дорог с развитой придорожной инфраструктурой сервиса;
- создание сети небольших отелей категории 4–5*** и 3–4*** в туристско-экскурсионных зонах с богатым и значительным историко-культурным наследием, а также вовлечение в сферу гостеприимства личных домовладений с трансформацией их в мини-отели;
- приоритетное развитие ресторанов национальной кухни с выраженным этнокультурным компонентом;
- восстановление и создание новых объектов показа на базе памятников природы, истории и культуры с обеспечением их транспортной доступности;
- осуществление страхования медицинских и медико-транспортных расходов туристов на период пребывания в ЧР с включением страховой премии в калькуляцию тура;
- создание региональной сервисной компании по предоставлению услуг страхового ассистанса с круглосуточным call-центром и системой договорных отношений с ведущими медицинскими организациями региона;
- создание специализированного туроператора в сфере паломнического туризма как одного из востребованных направлений ВВТ, не требующего существенных материальных затрат на развитие инфраструктуры.

Особое внимание на текущем – восстановительном – этапе [1] развития туристской деятельности на территории ЧР, по нашему мнению, должно быть уделено формированию всеми доступными средствами привлекательного имиджа Чечни как уникального туристско-рекреационного региона, обладающего оригинальным аттрактивным турпродуктом. К сожалению, единственная на сегодняшний день институциональная структура в сфере туризма ЧР – Министерство по физической культуре, спорту и туризму – пока основной акцент делает на развитии и пропаганде спорта. Министерство не располагает необходимой статистической информацией, характеризующей состояние дел в сфере туризма, не проводит необходимые маркетинговые и социологические исследования в этой области. А ведь средствами маркетинга можно не только формировать положительный туристский имидж ЧР, но и стимулировать поток путешественников как из соседних субъектов РФ, входящих в СКФО и ЮФО, так и из более отдаленных регионов России и из-за рубежа. Так, только в ходе известных событий свыше 400 тысяч граждан республики выехало на постоянное место жительства в соседние субъекты РФ, страны

ближнего и дальнего зарубежья. И интерес к посещению ЧР, теперь уже в качестве туристов, у данной группы достаточно велик.

В данной связи целесообразной мерой выглядит вовлечение в процесс формирования и продвижения регионального турпродукта негосударственных организаций и общественных профессиональных объединений. В частности, структур региональной торгово-промышленной палаты ЧР, при которой в целях содействия развитию предпринимательской деятельности в сфере туризма, а также для распространения отечественного и зарубежного опыта работы предприятий турбизнеса в условиях рыночной экономики создан Центр делового туризма. При соответствующей поддержке со стороны органов власти ЧР и заинтересованности бизнеса Центр мог бы выступить модератором проведения маркетинговых исследований, обеспечивать сбор и обработку информации о развитии туристской сферы ЧР, выдвигать законодательные инициативы от имени предпринимательского сообщества, решать другие задачи в интересах комплексного развития отрасли.

Приложения:

1. Айсханова Е.С. Исторические этапы развития туристской деятельности на территории Чеченской республики // Известия Сочинского государственного университета. 2012. № 4 [22]. С. 9–13.

2. Айсханова Е.С., Ермаков Б.А. Регионализация институциональных форм туристской политики на территории Чеченской республики // Вестник Сочинского государственного университета туризма и курортного дела. 2012. № 2 [20]. С. 10–16.

3. Устаев А.Л. География Чеченской Республики (природа, социальная сфера, экономика). Грозный, 2008. С. 156.

4. Хрустов Т.Т. Религиозный туризм. М., 2004. С. 102.

5. Материалы Круглого стола «Состояние и перспективы становления республиканского рынка туристских услуг», 18.01.2012 г., г. Грозный.

UDC 33

Chechen Republic Regional Tourist Product Attractiveness

¹Ekaterina S. Ayskhanova

²Boris A. Ermakov

¹⁻² Sochi State University, Russia
26a, Sovetskaya street, Sochi city, 354000

¹ PhD student

E-mail: k-a-2011@mail.ru

² Professor

Abstract. Consumers' preferences determination is one of the most important marketing objectives of travel industry, especially in relation to regional markets of domestic and incoming tourism, which is under new institutional environment development. Chechen Republic market tourism is classified as such market. The questionnaire of 1315 respondents, using social network on the basis of special inquirer was conducted to determine regional tourist product attractiveness. The article discusses the questionnaire results.

Keywords: consumers' preferences; regional tourist product attractiveness.