

*На правах рукописи*



КЕТОВА ФАРДИАНА РУСЛАНОВНА

**ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ  
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ТЕРРИТОРИЙ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством:  
рекреация и туризм

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени  
кандидата экономических наук

Симферополь – 2022

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова»

**Научный руководитель:** **Оборин Матвей Сергеевич**  
доктор экономических наук, доцент

**Официальные оппоненты:** **Чудновский Алексей Данилович,**  
доктор экономических наук, профессор;  
ФГБОУ ВО «Государственный университет  
управления», директор института управления  
персоналом, социальных и бизнес-  
коммуникаций; заведующий кафедрой  
управления в международном бизнесе и  
индустрии туризма

**Воробей Елена Константиновна,**  
кандидат экономических наук, доцент;  
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный  
университет», начальник управления научной  
политики и исследований, доцент кафедры  
административного управления,  
бухгалтерского учета и аудита

**Ведущая организация:** ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский  
государственный экономический университет»

Защита состоится «01» июля 2022 года в 13-00 часов на заседании диссертационного совета Д 900.006.15 при ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» по адресу: 295007, г. Симферополь, Ялтинское шоссе, 20, зал защит диссертаций.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» по адресу: 295007, г. Симферополь, просп. Академика Вернадского, 4, а также на сайте организации <http://www.cfuv.ru>.

Автореферат разослан «\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
д.э.н., профессор



Т.Н. Скоробогатова

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** Современная экономика характеризуется стремительным развитием сферы рекреации и туризма, которая является стратегически значимым направлением социально-экономического развития регионов и стран. В России туриндустрия формирует 3,9% ВВП страны<sup>1</sup>, и экономическая отдача от созданных туристских организаций стабильна. Российские регионы обладают высоким потенциалом для обеспечения благоприятного микроклимата в туристско-рекреационной сфере и формирования конкурентных рынков, в зависимости от уровня цифрового развития территорий.

За последние годы отмечается рост внутреннего туризма. В 2021 году туристический поток внутри России составил 56 млн человек, общий оборот отрасли – 2,5 трлн руб<sup>2</sup>. Постковидный период восстановления сферы туризма актуализировал необходимость учета изменений спроса, его избирательности, повышенных требования к качеству и технологиям оказываемых услуг. Речь идет о принципиально новых критериях дифференциации территорий, обусловленных уровнем и темпами внедрения цифровых технологий в ключевые социально-экономические процессы. В связи с этим больше возможностей для привлечения потребителей внутреннего туризма получают те регионы России, которые обеспечат благоприятные условия цифровизации сферы туризма и повышения качества туристских услуг, включая формирование взаимосвязей на всех субъектных уровнях данного процесса.

Основная проблема развития туризма в субъектах Российской Федерации заключается в неполном внедрении в оборот туристско-рекреационной деятельности богатейшего природно-ресурсного и рекреационного потенциала и недостаточном соответствии качества оказываемых туристских услуг изменившимся макроэкономическим, цифровым условиям, ситуационным ожиданиям рынков и современным критериям лояльности потребителей.

В сложившейся ситуации естественным выходом для туристской сферы является ориентация на постоянное совершенствование качества туристских услуг, поиск новых путей удовлетворения потребительского спроса, повышение эффективности использования цифрового потенциала территории. Высокий мультипликативный эффект сферы туризма катализирует необходимость повышения качества и оптимизации деятельности предприятий и организаций сферы туризма в целом, что позволит увеличить доходную часть бюджета региона, численность рабочих мест и занятости населения, повысить инвестиционную привлекательность, вовлечь территории с туристско-рекреационной специализацией в глобальное культурное и информационное пространство на основе актуализации цифровых технологий на различных субъектных уровнях взаимодействия в отрасли.

---

<sup>1</sup> Статистический бюллетень Росстата к Всемирному дню туризма – 2021. – С. 3. [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457>

<sup>2</sup> Туризм в России. – Ростуризм, 2021. [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/84274/>

Приоритетным направлением повышения уровня качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий должна стать разработка эффективных научно-методических подходов, механизмов, позволяющих создать конкурентные преимущества, а также сократить пространственно-территориальные диспропорции регионов на основе интенсификации цифровых процессов в отрасли.

**Степень научной разработанности проблемы.** Общетеоретическим вопросам терминологии туризма, туристских услуг, качества предоставления туристских услуг посвящены работы многих отечественных и зарубежных ученых – А.С. Басюк, Г.А. Булатовой, М.В. Гладковой, А.В. Гугелева, А.З. Исмаиловой, И.В. Зорина, В.А. Квартальнова, М.В. Кобяк, В.В. Колочевой, Ф. Котлера, Д.Р. Макеевой, В.С. Сенина, С.Ю. Цёхла, А.Д. Чудновского и др.

Изучению систем повышения качества услуг посвящены работы таких ученых, как: Е.А. Джанджугазовой, А.Ю. Курочкиной, А.Ю. Лебедевой, К. Хаксевел и др. Специфика применения инструментов регулирования качества услуг в туризме, вопросы организации институциональной среды туризма рассматриваются в работах Л.В. Баумгартена, М.В. Гудковских, Э.Н. Кудла, Г.Р. Хамидулиной, П.П. Чуваткина, И.М. Яковенко и др.

Междисциплинарные проблемы развития туристской деятельности, такие как параметры эффективности предоставления туристских услуг; оценка туристско-рекреационного потенциала территорий; анализ тенденций развития туризма и потребительской удовлетворенности стали предметом изучения следующих ученых: О.Е. Афанасьев, Е.К. Воробей, А.М. Ветитнев, Т.Е. Гварлиани, В.С. Орлова, Л.В. Семенова, Р.Р. Тимиргалеева и др.

Исследования инновационных процессов и вопросов влияния цифровых технологий на сферу туризма представлены в трудах авторов: М.А. Морозов, Н.С. Морозова, М.С. Оборин, А.Н. Полухина, Р.Р. Тимиргалеева, М.Ю. Шерешева и др.

Несмотря на обширный теоретико-методологический задел в исследованиях туристской деятельности и предоставления туристских услуг, нерешенными остаются вопросы повышения качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий, что и предопределило цель, задачи, объект и предмет, положения научной новизны диссертационной работы.

**Цель и задачи диссертационного исследования.** Целью диссертационного исследования является разработка научно-методических подходов к повышению качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий.

Для реализации данной цели поставлены и последовательно решены следующие задачи:

- раскрыть сущностное содержание качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий;
- провести анализ и оценку современного состояния развития туризма в условиях цифровой дифференциации территорий;
- разработать научно-методический подход к оценке качества туристских услуг;
- разработать механизм повышения качества туристских услуг;

– определить стратегические направления повышения качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий.

**Объект исследования** – предприятия и организации сферы туризма всех организационно-правовых форм, обеспечивающие деятельность в сфере рекреации и туризма.

**Предмет исследования** – экономические и управленческие отношения, возникающие в процессе повышения качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий.

**Соответствие диссертации паспорту научной специальности.** Содержание диссертации соответствует паспорту специальности ВАК 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: рекреация и туризм в части: п. 15.2. Совершенствование организационных форм управления в сфере рекреации и туризма в условиях рынка на федеральном, региональном и местном уровнях; п. 15.12. Механизмы повышения эффективности и качества услуг в сфере рекреации и туризма.

**Научная новизна диссертационного исследования** заключается в разработке и обосновании научно-методических подходов к повышению качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий. Наиболее значимыми научными результатами исследования являются:

– раскрыто сущностное содержание качества туристских услуг с позиций разноуровневой интерпретации объективной и субъективной составляющих качества услуги, что позволяет на основе выделения технических и функционально-цифровых критериев оценки качества обосновывать инструменты управления процессом повышения качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий;

– разработан научно-методический подход к оценке качества туристских услуг, базирующийся на идентификации факторов, влияющих на качество услуг, использовании совокупности показателей технической и функционально-цифровой направленности к оценке уровня качества услуг на мезо-, микро- и наноуровнях, что в совокупности позволяет произвести оценку качества туристских услуг, в зависимости от степени цифровой дифференциации развития туристских территорий;

– разработан механизм повышения качества туристских услуг, основывающийся на воздействии субъекта управления на объект управления посредством формирования и развития ключевых подсистем обеспечения качества туристских услуг – научно-ценностной, целеполагания, функциональной, инструментальной, интеграционной, которые, будучи взаимосвязанными и взаимосогласованными, обеспечивают достижение нового уровня качества туристских услуг;

– определены стратегические направления повышения качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий: формирование межрегиональных моделей взаимодействия, формирование цифровой среды туризма, продвижение бренда туристской территории, которые, основываясь на результатах экономико-математического моделирования, позволяют обосновывать повышение эффективности деятельности туристских предприятий

при условии повышения качества туристских услуг и нивелирования разрывов в цифровом развитии территорий.

**Теоретическая значимость работы** заключается в развитии теоретико-методологических положений обеспечения качества туристских услуг в части раскрытия сущностного содержания качества туристских услуг с позиций разноуровневой интерпретации объективной и субъективной составляющих качества услуги, выделении технических и функционально-цифровых критериев оценки качества, обосновании инструментов управления процессом повышения качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий.

**Практическая значимость исследования** состоит в том, что разработанный научно-методический подход к оценке качества туристских услуг позволяет произвести оценку качества туристских услуг, в зависимости от степени цифровой дифференциации развития туристских территорий; предложенный механизм повышения качества туристских услуг обеспечивает на разных субъектных уровнях достижение нового уровня качества туристских услуг в цифровой среде, выработку направлений нивелирования степени цифровой дифференциации территорий, обоснование повышения эффективности деятельности туристских предприятий при условии повышения качества туристских услуг и нивелирования разрывов в цифровом развитии территорий.

Основные результаты исследования применены в работе предприятий сферы туризма Кабардино-Балкарской Республики таких, как: турфирма ООО «Гольфстрим» (справка о внедрении №03/12 от 11.03.2022 г.), ООО «Нартиада Тур» (справка о внедрении №12-75 от 09.03.2022 г.). Достоверность и значимость полученных выводов подтверждается справками о внедрении от Министерства курортов и туризма Кабардино-Балкарской Республики (справка о внедрении № 26-03/518 от 14.03.2022 г.), Министерства цифрового развития Кабардино-Балкарской Республики (справка о внедрении № 333/162 от 18.03.2022 г.). Материалы исследования используются в образовательном процессе ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х. М. Бербекова» (справка о внедрении № 01.01-20/923 от 05.03.2022 г.).

**Информационную базу исследования** составили статистические данные Федерального агентства по туризму Российской Федерации, Министерства курортов и туризма Кабардино-Балкарской Республики, Федерального агентства по стандартизации и метрологии Российской Федерации, Всемирной туристской организации, а также научно-методические разработки отечественных и зарубежных авторов в области организации туристской деятельности, менеджмента качества, интернет-ресурсы.

**Методология и методы исследования.** Методология исследования основана на фундаментальных работах в области организации туристской деятельности, управления качеством туристских услуг, также на трудах современных отечественных и зарубежных ученых, изучающих проблемы развития туризма в России и в мире. В ходе исследования применены системный, логический, процессный подходы, общенаучные методы анализа и синтеза, индукции и дедукции, сравнения, абстрагирования, а также специальные методы исследований: эконометрического моделирования, экономико-статистического анализа.

### **Основные положения диссертации, выносимые на защиту:**

1. Научная систематизация теоретико-методологических положений обеспечения качества туристских услуг позволила определить сущностное содержание качества туристских услуг с позиций разноуровневой интерпретации объективной и субъективной составляющих качества услуги на мезо-, микро-, наноуровнях. Выделение технических и функционально-цифровых критериев оценки качества позволяет обосновывать выбор инструментов управления процессом повышения качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий.

2. На основе анализа и оценки современного состояния развития туризма и уровня качества предоставления туристских услуг разработан научно-методический подход к оценке качества туристских услуг, базирующийся на идентификации факторов, влияющих на качество услуг, использовании совокупности показателей технической и функционально-цифровой направленности к оценке уровня качества услуг на мезо-, микро- и наноуровнях. Разработанный инструментарий в совокупности позволяет произвести оценку качества туристских услуг, в зависимости от степени цифровой дифференциации развития туристских территорий.

3. Разработанный механизм повышения качества туристских услуг основывается на воздействии субъекта управления на объект управления посредством формирования и развития ключевых подсистем обеспечения качества туристских услуг – научно-ценностной, целеполагания, функциональной, инструментальной, интеграционной. Взаимосвязанность и взаимосогласованность подсистем на разных субъектных уровнях позволяет обеспечить достижение нового уровня качества туристских услуг в цифровой среде, обосновать направления нивелирования степени цифровой дифференциации территорий.

4. Определены и обоснованы стратегические направления повышения качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий: формирование межрегиональных моделей взаимодействия, формирование цифровой среды туризма, продвижение бренда туристской территории. Сформированные направления, основываясь на результатах экономико-математического моделирования, позволяют обосновывать повышение эффективности деятельности туристских предприятий при условии повышения качества туристских услуг и нивелирования разрывов в цифровом развитии территорий.

**Степень достоверности и апробация результатов исследования.** Достоверность и обоснованность представленных положений и выводов диссертации подтверждается изучением значительного количества публикаций отечественных и зарубежных ученых по заявленной научной проблеме, применением общенаучных и специальных методов исследования, использованием современных сервисов и приложений для анализа данных.

Результаты апробированы на конференциях: «Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем» (г. Челябинск, 2015 г.), «Приоритеты и пути развития экономики и финансов» (г. Сочи, 2017 г.), «Экономико-правовые аспекты реализации стратегии

модернизации России: поиск модели эффективного социоэкономического развития» (г. Москва, 2017 г.), «Стратегические изменения в сфере туризма и гостеприимства: поиск нового вектора развития» (г. Казань, 2018 г.), «Прорывное развитие экономики России: условия, инструменты, эффекты» (г. Нальчик, 2018 г.), «Современные тенденции развития естественных, технических, социальных и гуманитарных наук» (г. Нальчик, 2020 г.), «Влияние цифровизации на развитие естественных, технических, социальных и гуманитарных наук» (г. Нальчик, 2020 г.), «Трансформация социально-экономического пространства России и мира» (г. Сочи, 2021 г.), «Наука, общество, образование в эпоху цифровизации и глобальных изменений» (г. Пенза, 2022 г.).

**Публикации результатов исследования.** По теме диссертации опубликовано 16 работ общим объемом 7,04 п.л. (в том числе авторских 5,51 п.л.), из них 5 публикаций (2,69 п.л., в т.ч. авт. 2,69 п.л.) в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК РФ, 1 статья в научном издании, индексируемом в международной базе данных (0,67 п.л., в т.ч. авт. 0,17 п.л.) и 10 публикаций (3,68 п.л., в т.ч. авт. 2,65 п.л.) в других изданиях.

**Структура и объем работы.** Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложений. Работа содержит 177 страниц основного текста, 35 таблиц, 74 рисунка, 12 приложений, список литературы из 215 наименований.

Диссертационная работа имеет следующую структуру:

Введение

Глава 1 Теоретико-методологические основы повышения качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий

1.1 Качество как интегральная характеристика туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий

1.2 Цифровая среда регулирования качества туристских услуг

1.3 Инструменты управления процессом повышения качества туристских услуг

Глава 2 Оценка и анализ современного состояния туризма и качества туристских услуг

2.1 Методические основы и организационные условия формирования системы показателей оценки качества туристских услуг

2.2 Анализ показателей и факторов оценки качества туристских услуг

2.3 Оценка уровня цифровой дифференциации территорий

Глава 3 Формирование механизма повышения качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий

3.1 Алгоритм формирования механизма повышения качества туристских услуг

3.2 Моделирование процессов повышения качества услуг в сфере туризма

3.3 Влияние параметров качества на выбор стратегических направлений развития туризма региона

Заключение

Список литературы

Приложения



## 2. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

*1. Научная систематизация теоретико-методологических положений обеспечения качества туристских услуг позволила определить сущностное содержание качества туристских услуг с позиций разноуровневой интерпретации объективной и субъективной составляющих качества услуги на мезо-, микро-, наноуровнях. Выделение технических и функционально-цифровых критериев оценки качества позволяет обосновывать выбор инструментов управления процессом повышения качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий.*

Качество туристских услуг является сложным многоаспектным понятием, его формирование обусловлено сочетанием природно-ресурсных, социально-экономических и цифровых факторов на нескольких уровнях регулирования. Исследование концепций зарубежных и отечественных авторов, а также изучение системы государственных и международных стандартов с целью определения специфики формирования понятия «качество туристских услуг» позволило выделить следующие основные подходы к определению туристских услуг и их качества: функциональный, результативный, структурный. Сделаны выводы о целесообразности рассмотрения качества туристских услуг с позиции эффективного взаимодействия этих трех подходов.

Повышение качества туристских услуг связано со сложным процессом взаимодействия субъектов на трех уровнях, на каждом из которых формируются результаты и показатели оценки, необходимые для развития предприятий и организаций сферы туризма и поддержания высокого уровня конкурентоспособности территории. Исследование состава туристских услуг и способов их классификации позволило разработать уровневый подход к формированию и повышению качества туристских услуг (рис. 1).

Важнейшей характеристикой туристских услуг является качество как сложная, многоаспектная категория, определяющая степень удовлетворенности личности, бизнеса, общества и окружающей среды в процессе оказания туристского обслуживания. Качество туристских услуг – совокупность объективных (материально-технических) и субъективно воспринимаемых (функционально-цифровых) параметров, формирующих положительную оценку и лояльное отношение потребителей к субъектам, оказывающим туристские услуги на различных уровнях (предприятие, отрасль, регион).

Решение проблемы повышения качества туристских услуг невозможно без наличия точной системы показателей и их измеримости.



Рисунок 1 – Уровневый подход к формированию и повышению качества туристских услуг на основе дефиниции «туристские услуги»

Источник: составлено автором

Первым шагом на пути построения системы показателей является определение структуры понятия «качество туристских услуг» (рис. 2).



Рисунок 2 – Структура понятия «качество туристских услуг»

Источник: составлено автором

Качество туристских услуг формируется на трех ключевых уровнях, определяется потенциалом территории и степенью ее цифровой дифференциации. Потребителю важны технический и функционально-цифровой параметры качества (табл. 1).

Таблица 1 – Содержание технического и функционально-цифрового критериев качества услуг в туризме, влияющих на поведение потребителей

Этапы	Объективный (материально-технический) критерий качества	Субъективный (функциональный) критерий качества
1	-доступ населения к интернету и мобильным устройствам; -обеспеченность компьютерами, мобильными устройствами и другими девайсами; - развитость соответствующих сервисов и цифровых платформ.	– разный уровень активности применения ИКТ; – традиции и культура социальных интернет сетей, связанных с информационным, управленческим, маркетинговым направлениями поддержки развития сферы туризма и отдельных субъектов бизнеса; – мотивация; цифровые компетенции, необходимые для использования туристских сервисов и платформ.
2	-наличие комплекса взаимосвязанных программ, цифровых сервисов и платформ для формирования, продвижения и реализации виртуальных туров и туристских услуг;	-навыки пользования взаимосвязанными программами, цифровыми сервисами, платформами для формирования, оплаты и получения туристских услуг различными категориями населения, включая маломобильные.
3	-обеспечение доступа к цифровой инфраструктуре, цифровым платформам в рамках туристско-рекреационного обслуживания; - наличие в регионе доступных сервисов, позволяющих управлять туристскими услугами в режиме он-лайн, в том числе виртуальными	-развитие экономических и социальных направлений сферы услуг, связанных с туризмом, благодаря внедрению цифровых технологий; - социальный цифровой эффект, связанный с повышением качества туристских услуг в регионе

Источник: составлено автором

Повышение качества туристских услуг осуществляется в условиях цифровой среды. Основные направления цифровизации туристских услуг приведены на рисунке 3.

Под цифровой средой в работе понимается совокупность механизмов, норм и правил, связанных с применением коммуникационных и информационных технологий в социально-экономических системах, обусловленных уровнем цифровой дифференциации территорий. Цифровая среда туризма – совокупность механизмов, норм и правил использования коммуникационных и информационных технологий для формирования, продвижения и реализации туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий.



Рисунок 3 – Системное влияние цифровой среды на повышение качества туристских услуг территории

Источник: составлено автором

Цифровая среда в ситуационных макроэкономических условиях становится ведущим фактором привлечения спроса, который существенно трансформировался в период пандемии, стал более избирательным и требовательным, а также достижения высокого качества услуг, удовлетворения рыночных ожиданий. Качество туристских услуг зависит от уровня развития цифровой среды, который находится во взаимосвязи с цифровой дифференциацией территории.

В данном исследовании под цифровой дифференциацией туристской территории понимается степень различия состояния и темпов внедрения цифровых технологий в социально-экономические и технологические процессы сферы туризма, определяемые на основе оценки отраслевого, туристского, научно-технического потенциала (технический критерий) и положительного восприятия качества туристских услуг потребителями (функционально-цифровой критерий).

***2. На основе анализа и оценки современного состояния развития туризма и уровня качества предоставления туристских услуг разработан научно-методический подход к оценке качества туристских услуг, базирующийся на идентификации факторов, влияющих на качество услуг, использовании совокупности показателей технической и функционально-цифровой направленности к оценке уровня качества услуг на мезо-, микро- и наноуровнях. Разработанный инструментарий в совокупности позволяет произвести оценку качества туристских услуг, в зависимости от степени цифровой дифференциации развития туристских территорий.***

Авторский научно-методический подход базируется на использовании системы уровней качества, позволяет проводить оценку территории в целом, объединяет цели нано- и микроуровней и позволяет дать обобщенное измерение степени качества туристских услуг в процессе осуществления туристской деятельности. Он включает следующие этапы: 1) проведение собственного исследования качества туристских услуг на наноуровне на основе анкетирования потребителей туристских услуг и экспертов, в результате которого определено влияние факторов и условий цифровой дифференциации территорий; 2) анализ финансово-экономических показателей предприятий и организаций туристско-рекреационного комплекса Кабардино-Балкарской Республики для определения особенностей влияния цифровой дифференциации территорий на лидеров, аутсайдеров, средних по уровню развития субъектов, что позволило дифференцировать инструменты и методы, применяемые в структуре механизма повышения качества туристских услуг; 3) анализ данных статистики, связанных с индикаторами цифровой дифференциации территорий по субъектам Северо-Кавказского федерального округа; 4) обработка и анализ результативных признаков – показателей качества туристских услуг с учетом уровневой структуры их формирования, факторных признаков, обуславливающих поведение результативных признаков, а также выявление зависимости оценки от степени цифровой дифференциации развития туристских территорий, детерминант и влияния разрывов уровней дифференциации.

Анализ состояния сферы туризма в Северо-Кавказском федеральном округе проводился по его субъектам (регионам) и свидетельствует о незначительных темпах увеличения объема предоставленных туристских услуг (табл. 2).

На уровне бизнес-структур, осуществляющих деятельность в сфере предоставления туристических услуг, необходимость ориентации на качество спровоцирована прямой зависимостью от потребительского мнения. Исследование удовлетворенности потребителей туристскими услугами, предоставленными предприятиями и организациями Кабардино-Балкарской Республики, проводилось в период с 2016 г. по 2020 г. Ежегодно в опросе принимали участие порядка 600 респондентов.

Таблица 2 – Объем предоставленных туристских услуг субъектами Северо-Кавказского федерального округа в 2011-2020 гг. (млн руб.)

Год	Ед. изм.	Регионы СКФО						
		Республика Дагестан	Республика Ингушетия	Кабардино-Балкарская Республика	Карачаево-Черкесская Республика	Республика Северная Осетия-Алания	Чеченская Республика	Ставропольский край
2011	млн руб.	4693,70	-	621,80	47,50	99,10	-	728,70
2014	млн руб.	2269,40	36,20	717,50	35,40	189,70	59,10	1304,4
	Тпр, %	-5,35	7,42	12,99	-4,58	9,09	5810,00	3,59
2015	млн руб.	2265,00	44,30	763,20	38,70	213,00	295,40	1411,8
	Тпр, %	-0,19	22,38	6,37	9,32	12,28	399,83	8,23
2018	млн руб.	2690,80	37,92	803,57	47,50	257,78	355,34	1643,38
	Тпр, %	11,29	1,93	-4,93	3,72	12,52	-3,36	4,34
2019	млн руб.	3189,43	41,90	795,15	46,69	329,33	361,65	1765,75
	Тпр, %	18,53	10,50	-1,05	-1,70	27,75	1,78	7,45
2020	млн руб.	1380,46	4,63	686,82	15,90	120,73	118,07	1697,24
	Тпр, %	-56,72	-88,95	-13,62	-65,95	-63,34	-67,35	-3,88
	Тпр, % к 2011 г.	-70,59	-	10,46	-66,53	21,83	-	132,91

Источник: составлено по данным Федерального агентства по туризму

На основе проведенного анализа были определены три группы субъектов регионального туристско-рекреационного комплекса: занимающие лидирующие, средние и отстающие позиции. Оценка показателей качества, сформированных на микроуровне, проведена на основе собственного исследования автора, в котором участвовали потребители туристских услуг и эксперты за исследуемый период 2016-2020 гг., подтверждает удовлетворительное состояние качества туристских услуг, выраженное в среднем оценкой 2,03 балла из возможных 4 баллов (рис. 4).

Оценка туристских услуг, сформированная на микроуровне, складывается из показателей результативности деятельности предприятий и организаций различных регионов в сфере предоставления туристских услуг. По используемым показателям рассчитаны интегральные оценки качества туристских услуг микроуровня с соблюдением процедур нормирования данных и расчета весовых коэффициентов.

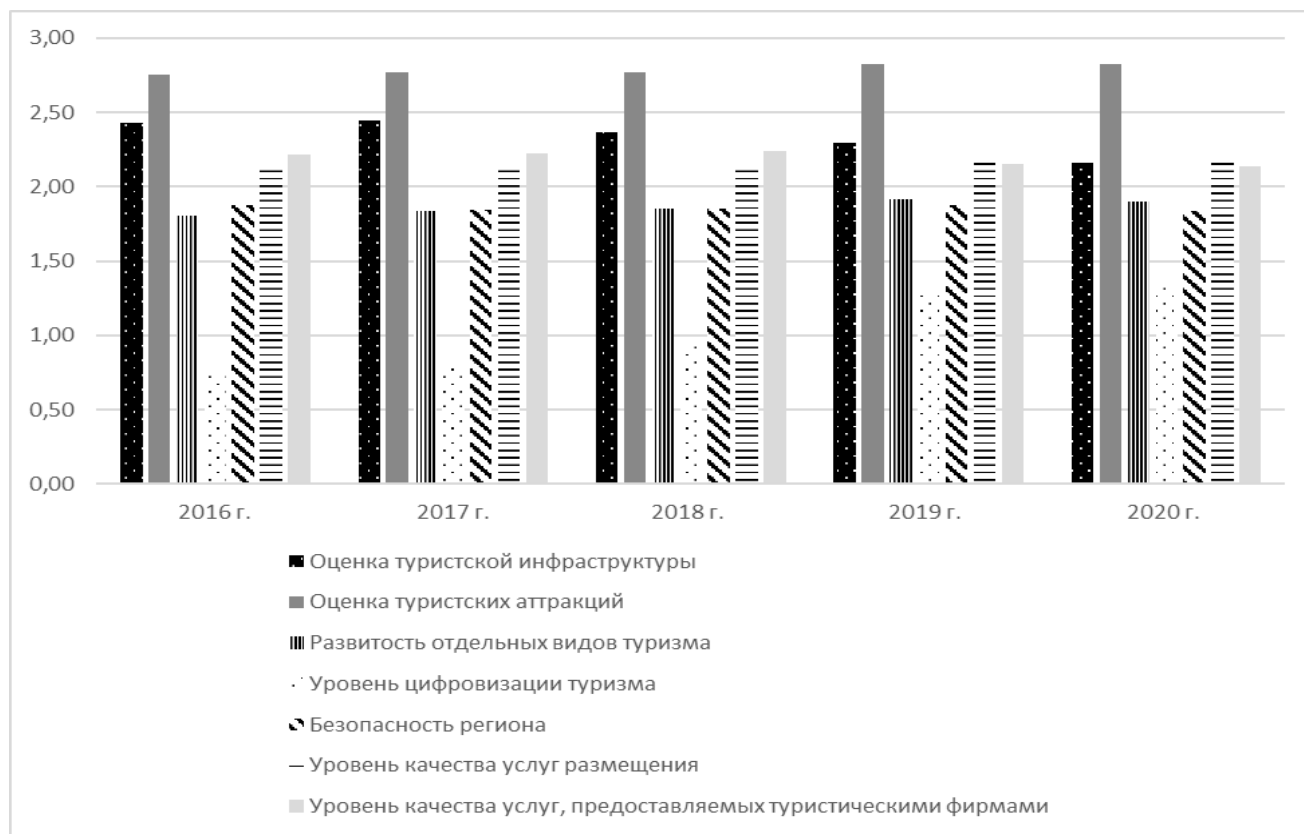


Рисунок 4 – Изменение индекса потребительской удовлетворенности качеством туристских услуг на микроуровне за 2016-2020 гг. по Кабардино-Балкарской Республике

Источник: составлено автором

Значения интегральных показателей качества туристских услуг микроуровня проанализированы за пять лет (2016-2020 гг.) по семи регионам, входящим в состав Северо-Кавказского федерального округа (рис. 5).

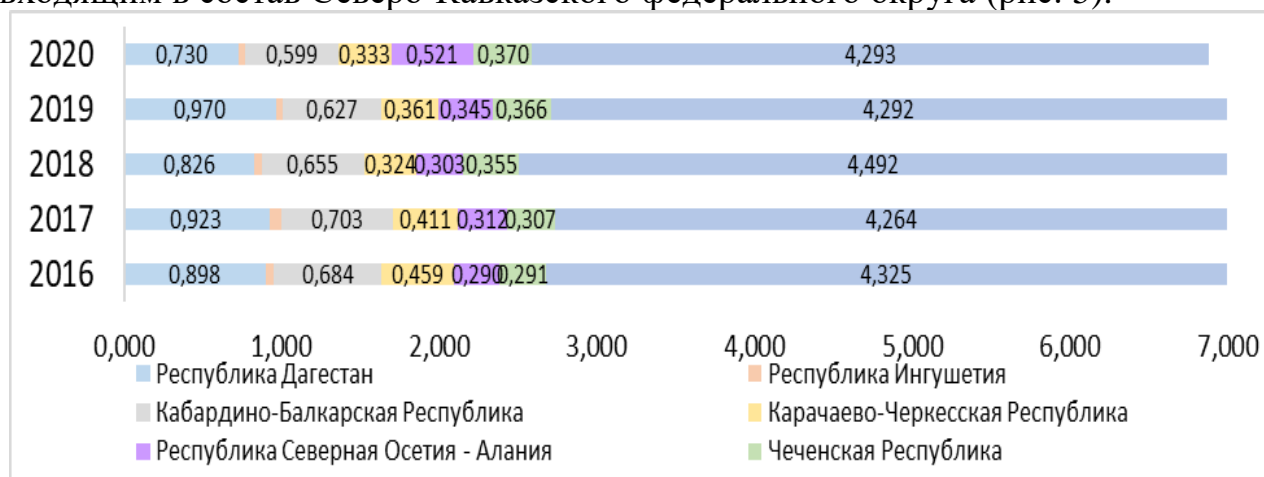


Рисунок 5 – Показатели оценки качества туристских услуг микроуровня за 2016-2020 гг.

Источник: составлено автором

Оценка, сформированная на микроуровне, показывает значительный отрыв Ставропольского края от других регионов округа за весь исследуемый период.

Наименьшие значения на данном уровне наблюдаются по Республике Ингушетия. По всем территориям прослеживается положительная динамика изменения интегральной оценки качества туристских услуг. Следует отметить снижение оценок в 2020 г., которые сопряжены с распространением COVID-19 и принимаемыми противодействующими мерами.

Оценка качества туристских услуг мезоуровня представляет собой интегральный показатель, рассчитанный с применением процедур нормирования и взвешивания по основным характеристикам туризма в регионах округа за период 2016 – 2020 гг. (рис. 6).

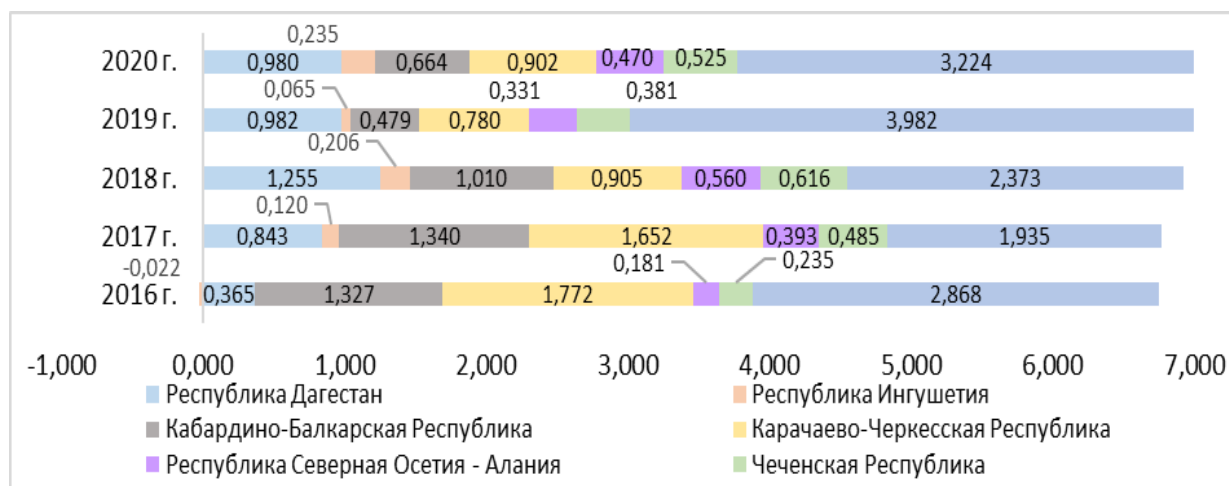


Рисунок 6 – Показатели оценки качества туристских услуг мезоуровня за 2016-2020 гг.

Источник: составлено автором

По показателям мезоуровня можно отметить превышение оценок Ставропольского края над другими регионами округа (средняя оценка за весь период составила 2,877), что особенно заметно в 2019 г. Наименьшая интегральная оценка зафиксирована в Республике Ингушетия (средняя оценка составила 0,121). На мезоуровне снижение оценок в 2019-2020 гг., вызванное пандемией, более выражено, чем на нано- и микроуровнях. Отмечается снижение индекса внутреннего туризма и объема туристского потока.

В состав факторов, влияющих на качество туристских услуг и обуславливающих цифровую дифференциацию развития туристских территорий, входят: уровень туристского потенциала, социально-экономического развития, развития цифровой экономики, брендинга территории. Изменение интегрального значения степени развития цифровой экономики в регионах Северо-Кавказского федерального округа представлено в табл. 3.

Наивысшие значения отмечены в Ставропольском крае, главным образом, за счет инвестиций и затрат на исследования и разработки, которые в 2-3 раза превышают значения других регионов. Обратим внимание на низкие показатели в Республике Дагестан и Республике Ингушетия, которые на 30% ниже, чем в других субъектах округа.



Таблица 3 – Значения оценок цифровой дифференциации по интегральным показателям оценки уровня развития цифровой экономики, СКФО, 2016 – 2020 гг.

Субъекты округа	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Республика Дагестан	0,735	0,649	0,647	0,632	0,693
Республика Ингушетия	0,778	0,912	0,907	0,957	1,014
Кабардино-Балкарская Республика	1,030	0,924	0,897	0,961	1,058
Карачаево-Черкесская Республика	0,822	0,962	0,931	0,970	0,947
Республика Северная Осетия-Алания	0,974	0,929	0,992	0,893	1,014
Чеченская Республика	0,548	0,781	0,728	0,715	0,816
Ставропольский край	2,113	1,843	1,898	1,872	1,459

Источник: составлено автором

В результате проведенного исследования и расчетов получены балльные оценки туристского потенциала регионов округа. Анализ цифровой дифференциации регионов округа по величине туристского потенциала показывает относительно равномерное распределение значений, которые отклоняются от среднего уровня в пределах 50%.

По данным выборочных наблюдений проведен корреляционно-регрессионный анализ зависимости показателей оценки качества туристских услуг ( $Y_N$  – показатели оценки качества туристских услуг на наноуровне;  $Y_{mic}$  – показатели оценки качества туристских услуг на микроуровне;  $Y_{mac}$  – показатели оценки качества туристских услуг на мезоуровне) от уровня популярности региона среди интернет-пользователи ( $X_1$ ), уровня развития цифровой экономики в регионах ( $X_2$ ), уровня социально-экономического развития регионов ( $X_3$ ), оценки туристского потенциала ( $X_4$ ) и популярности туристических брендов регионов ( $X_5$ ). Построены модели линейной регрессии и проведена оценка их адекватности (табл. 4).

Таблица 4 – Регрессионные модели оценки качества туристских услуг за 2016-2020 гг.

Период	Наноуровень	Микроуровень	Мезоуровень
2016 г.	$Y_n=0.981+0.193*X_5$	$Y_{mic}=-1.734+2.734*X_2$ $Y_{mic}=-2.183+3.183*X_3$ $Y_{mic}=-6.343+7.343*X_4$	$Y_{mac}=-0.156+1.156*X_2$ $Y_{mac}=-0.299+1.299*X_3$ $Y_{mac}=-2.346+3.346*X_4$
2017 г.	$Y_n=0.981+0.195*X_5$	$Y_{mic}=-2.443+3.444*X_2$ $Y_{mic}=-3.094+4.094*X_3$ $Y_{mic}=-6.192+7.192*X_4$	$Y_{mac}=-0.171+1.138*X_2$ $Y_{mac}=-0.08+1.053*X_3$ $Y_{mac}=-2.347+3.314*X_4$
2018 г.	$Y_n=0.984+0.016*X_5$	$Y_{mic}=-2.448+3.447*X_2$ $Y_{mic}=-1.438+2.438*X_3$ $Y_{mic}=-6.533+7.532*X_4$	$Y_{mac}=-0.30+1.292*X_2$ $Y_{mac}=-0.134+1.124*X_3$ $Y_{mac}=-2.778+3.767*X_4$
2019 г.	$Y_n=0.978+0.021*X_5$	$Y_{mic}=-2.230+3.230*X_2$ $Y_{mic}=-1.820+2.820*X_3$ $Y_{mic}=-6.232+7.232*X_4$	$Y_{mac}=-1.944+2.944*X_2$ $Y_{mac}=-1.52+2.518*X_3$ $Y_{mac}=-5.746+6.657*X_4$
2020 г.	$Y_n=0.978+0.021*X_5$	$Y_{mic}=-4.560+5.543*X_2$ $Y_{mic}=-2.942+3.926*X_3$ $Y_{mic}=-6.073+7.056*X_4$	$Y_{mac}=-2.524+3.524*X_2$ $Y_{mac}=-1.71+2.750*X_3$ $Y_{mac}=-4.148+5.245*X_4$

Источник: рассчитано автором

Основные статистические характеристики построенных моделей (коэффициенты корреляции, коэффициенты детерминации, t-тест Стьюдента, F-критерий Фишера и др.) подтверждают адекватность предложенных моделей.

Различия цифровой дифференциации территорий по основным показателям оценки качества туристских услуг очевидны. Выделяется лидерская позиция Ставропольского края, где разрывы превышают пороговые значения более, чем на 50%, в сравнении с другими территориями округа. К регионам-аутсайдерам относятся три территории – Республика Ингушетия, Республика Северная Осетия-Алания и Чеченская Республика.

***3. Разработанный механизм повышения качества туристских услуг основывается на воздействии субъекта управления на объект управления посредством формирования и развития ключевых подсистем обеспечения качества туристских услуг – научно-ценностной, целеполагания, функциональной, инструментальной, интеграционной. Взаимосвязанность и взаимосогласованность подсистем на разных субъектных уровнях позволяет обеспечить достижение нового уровня качества туристских услуг в цифровой среде, обосновать направления нивелирования степени цифровой дифференциации территорий.***

В ситуационных макроэкономических условиях для России приоритетным является сглаживание территориальной и цифровой дифференциации и сохранение положительной динамики воспроизводственных процессов в регионах с различным социально-экономическим положением. Достижение такого результата возможно при условии формирования и внедрения механизма регулирования отраслевых процессов, способного гибко обеспечить обратную связь между процессами производства и потребления с минимальными временными, технологическими и финансовыми ресурсами. Разработанный механизм повышения качества туристских услуг, главной целью которого является обеспечение эффективного взаимодействия всех уровней предоставления и потребления туристских услуг, учитывает макроэкономические и региональные тенденции, усиливающие цифровую дифференциацию в сфере туризма (рис. 7).

Цифровая среда для туристских региональных систем представлена предприятиями и организациями, обеспечивающими информационное наполнение процессов, функциональное и технологическое обеспечение деятельности, связанной с предоставлением и потреблением туристских услуг. Механизм повышения качества туристских услуг опирается на выделенную в проводимом исследовании структуру системы интересов участников процесса формирования оценки качества туристских услуг на нано-, микро-, мезоуровнях. Инструментальная подсистема направлена на детализацию инструментов для трех групп предприятий и организаций сферы туризма. Значимой подсистемой является научно-ценностная, которая определяет стратегический вектор формирования критериального описания качества.

Научно-ценностная подсистема механизма управления качеством туристских услуг территории основана на эмпатии, опыте и визионерстве.

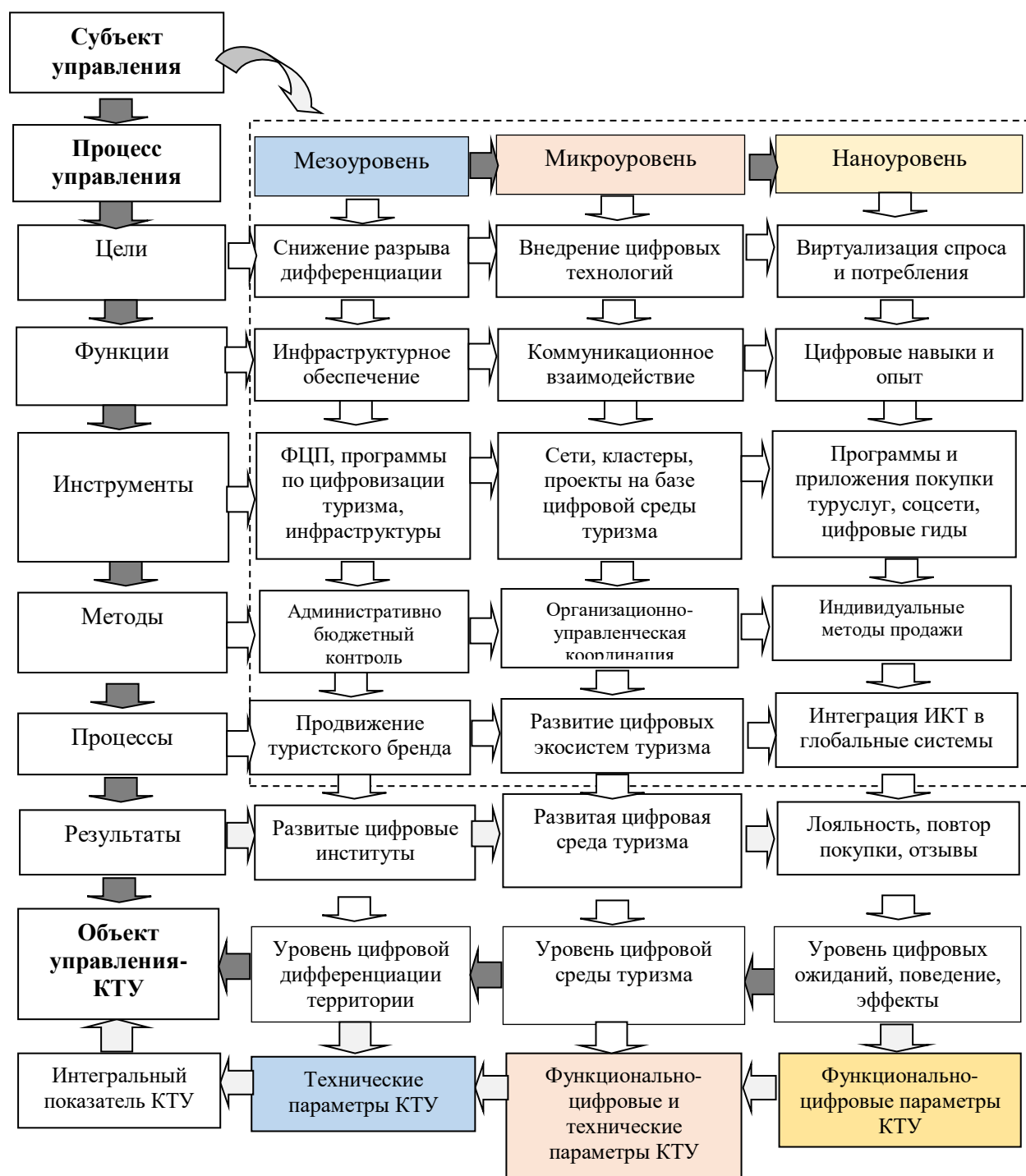


Рисунок 7 – Механизм повышения качества туристских услуг территории в цифровой среде

Источник: составлено автором

В основе действия механизма лежит идея генерирования новых способов повышения качества туристских услуг посредством ориентации на опыт (анализ статистических данных), эмпатию (учет интересов стейкхолдеров на всех уровнях качества), технологические и рыночные тренды (цифровая экономика, кастомизация спроса).

Механизм основан на взаимодействии субъектов, влияющих на повышение качества туристских услуг в цифровой среде региона: 1)

потребитель – источник запросов; 2) организации, оказывающие туристские услуги; 3) министерства и ведомства – регуляторы системы. Уровни регулирования качества туристских услуг соответствуют нано-, микро- и мезоуровням, отражающим параметры качества для спроса и предложения туристских услуг и влияющим на эффективность предлагаемых инструментов. Данный эффект генерируется цепочкой взаимосвязанных процессов на выделяемых трех уровнях и является результатом работы, направленной на удовлетворение потребительского спроса.

Создание механизма повышения качества туристских услуг в условиях диспропорционального развития территорий ориентировано на внедрение решений, которые позволят регионам эффективно использовать собственный потенциал, развивать территориальные связи, осуществлять поиск инновационных путей решения задач. Отсутствие в регионах Северо-Кавказского федерального округа масштабных проектов, связанных с туристско-рекреационной сферой, позволяет запланировать их и реализовать с учетом современных наработок и технологий, учитывать перспективы и ограничения различных видов интеграции. Эффекты для пространственного развития на основе средств цифровизации реализуются в форме моделей кооперации, которые успешно функционируют в отечественной и зарубежной практике турбизнеса: агломерации, макрорегионы, отраслевые альянсы, межотраслевые и межтерриториальные проекты, направленных на сглаживание цифровой дифференциации территорий. Учет возможностей дифференцированных взаимосвязей позволяет использовать положительные тенденции для формирования перспективных стратегических направлений развития туристско-рекреационной сферы.

***4. Определены и обоснованы стратегические направления повышения качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий: формирование межрегиональных моделей взаимодействия, формирование цифровой среды туризма, продвижение бренда туристской территории. Сформированные направления, основываясь на результатах экономико-математического моделирования, позволяют обосновывать повышение эффективности деятельности туристских предприятий при условии повышения качества туристских услуг и нивелирования разрывов в цифровом развитии территорий.***

Реализация механизма повышения качества туристских услуг представляется возможной посредством принятия стратегических решений по выбранным направлениям.

***1. Формирование межрегиональных моделей взаимодействия.*** Взаимовыгодность регионального сотрудничества в области предоставления туристских услуг обуславливается рядом объективных обстоятельств: распространение COVID-19 увеличивает спрос на услуги восстановления и реабилитационные программы; взаимодействие регионов, основанное на партнерстве, расширяет возможности для развития сферы предоставления туристских услуг и способствует росту конкурентоспособности российского

рынка туристских услуг. Актуальным инструментом реализации модели межрегионального взаимодействия являются цифровые экосистемы, ценность которых заключается в стремлении удержать потребителя, удовлетворив максимум его цифровых запросов. Межрегиональное взаимодействие с применением цифровых туристских экосистем предполагает наличие надежной и развитой туристской цифровой и информационной среды в регионах.

2. *Формирование цифровой среды туризма.* Цифровая среда формируется при создании условий для обработки и передачи информации. Создание и поддержание функционирования специального информационного пространства, ориентированного на развитие туристской дестинации, позволит достичь следующих эффектов: формирование имиджа территории, укрепление территориальных брендов и рост туристской привлекательности; упрощение информационного обмена между элементами инфраструктуры туристской дестинации и между туристами; вхождение региона в глобальное информационное поле, соответствие требованиям нового технологического этапа развития общества; повышение уровня качества. В рамках цифрового взаимодействия видоизменяются процессы продвижения брендов, главным образом, за счет трансформации способов распространения информации.

3. *Формирование бренда туристской территории.* Формирование бренда является отправной точкой, позволяющей повысить узнаваемость, создать положительный политический образ России и субъектов РФ, определенной туристской дестинации, привлечь инвестиционные потоки. Процесс формирования бренда туристских территории существенно отличается от создания бренда товаров или услуг мульти составом и разнонаправленностью элементов. По результатам проведенного анализа данных о качестве туристских услуг в регионах Северо-Кавказского федерального округа установлено существенное воздействие уровня брендинга территории. Увеличение числа региональных брендов, уровня их узнаваемости и привлекательности для туристов в среднем на 5%, 10%, 25% и 50% согласно прогнозным расчетам позволит достигнуть роста оценки качества туристских услуг на наноуровне в среднем на 5,06%; 5,18%, 5,54% и 5,7% соответственно (табл. 5).

Таблица 5 – Прогнозирование оценки качества туристских услуг наноуровня

Прогнозное значение фактора $X_5$	Точечный прогноз $Y_n$	Интервальный прогноз $Y_n$
1,050 (5%)	1,001	$0,951 < Y_n < 1,051$
1,100 (10%)	1,002	$0,953 < Y_n < 1,052$
1,250 (25%)	1,005	$0,955 < Y_n < 1,056$
1,50 (50%)	1,011	$0,959 < Y_n < 1,063$

Источник: разработано автором

Согласно проведенным расчетом, можно прогнозировать сглаживание пространственных различий в показателях качества туристских услуг наноуровня при росте узнаваемости туристских региональных брендов.

Наибольший эффект наблюдается в регионах, ранее отмеченных как регионы нижнего уровня или регионы-аутсайдеры – Республика Дагестан и Республика Ингушетия.

Применение аналогичного порядка проверки эффективности решений, принимаемых относительно повышения качества туристских услуг на микроуровне, позволило рассчитать прогнозируемые значения оценок качества туристских услуг данного уровня, детерминируемых такими факторами, как: уровень развития цифровой экономики в регионах, уровень социально-экономического развития регионов, оценка туристского потенциала регионов. Составлены сценарии развития туристских предприятий при условии повышения качества туристских услуг региона. В оценке качества туристских услуг отражены степень привлекательности туристских аттракций, развития материально-технической базы, уровень цифровизации туризма. Проведено исследование влияния средних оценок качества туристских услуг на характеристики деятельности туристских предприятий (табл. 6).

Таблица 6 – Показатели корреляции и детерминации признаков качества туристских услуг во взаимосвязи с показателями деятельности туристских фирм

Показатели деятельности турфирм	Факторы качества туристских услуг	Коэффициенты корреляции и детерминации		
		Предприятия-лидеры	Средний уровень	Предприятия-аутсайдеры
Число турпакетов, реализованных фирмой	Оценка качества туристской инфраструктуры	0,89 0,79	0,62 0,38	0,95 0,90
	Оценка качества услуг, предоставляемых турфирмами	0,73 0,53	0,64 0,42	0,88 0,77
Выручка фирмы	Оценка качества туристской инфраструктуры	0,81 0,65	0,66 0,44	0,84 0,71
	Оценка качества услуг, предоставляемых турфирмами	0,92 0,84	0,66 0,44	0,98 0,96
Прибыль (убыток)	Оценка качества туристской инфраструктуры	0,83 0,69	0,88 0,77	0,97 0,94
	Оценка качества услуг, предоставляемых турфирмами	0,75 0,56	0,96 0,92	0,95 0,95
Рентабельность продаж фирмы	Оценка качества туристской инфраструктуры	0,71 0,51	0,79 0,62	0,88 0,77
	Оценка качества услуг, предоставляемых турфирмами	0,55 0,31	0,67 0,45	0,60 0,36

Источник: разработано автором

Для построения прогнозов были рассчитаны интегральные характеристики по каждой группе туристских фирм. В расчет интегральных показателей ( $I_L$ ,  $I_m$ ,  $I_s$ ) включены: число реализованных турпакетов ( $x_1$ ), объем реализованных населению туристских услуг ( $x_2$ ), прибыль (убыток) предприятия ( $x_3$ ), рентабельность продаж ( $x_4$ ).

Показатель качества туристских услуг ( $X_k$ ) получен путем расчета обобщенной оценки по значениям оценки качества туристской инфраструктуры и оценки качества услуг, предоставленных турфирмами, с применением процедур нормирования данных и расчета средних. Рассчитаны формулы интегральных показателей для субъектных групп микроуровня (табл. 7).

Таблица 7 – Определение интегральных характеристик, описывающих результативность деятельности туристских фирм региона

Год	Показатель качества туристских услуг ( $X_k$ )	Интегральные показатели		
		Предприятия-лидеры $I_l = 0.25*x_1 + 0.24*x_2 + 0.27*x_3 + 0.23*x_4$	Средний уровень $I_m = 0.28*x_1 + 0.23*x_2 + 0.35*x_3 + 0.13*x_4$	Предприятия-аутсайдеры $I_s = 0.26*x_1 + 0.25*x_2 + 0.27*x_3 + 0.22*x_4$
2016	1,024	1,27	0,99	1,179
2017	1,031	1,046	1,04	1,191
2018	1,015	1,052	1,13	1,106
2019	0,98	0,902	0,995	0,868
2020	0,95	0,727	0,842	0,655

Источник: разработано автором

На основании расчетных данных разработаны прогнозы (реалистичный и оптимистичный) результативности деятельности предприятий и организаций сферы туризма. Реалистичный прогноз построен, исходя из предположения о повышении качества туристских услуг от 5% в 2020 г. до 30% для предприятий-лидеров отрасли к 2030 г.

Расчет оптимистичного прогноза построен с учетом прогнозируемого повышения качества туристских услуг на величину от 15% в 2022 г. до 50% для предприятий-лидеров отрасли к 2030 г. (рис. 8). По результатам прогнозирования можно сделать вывод о значимости разработанных мер.

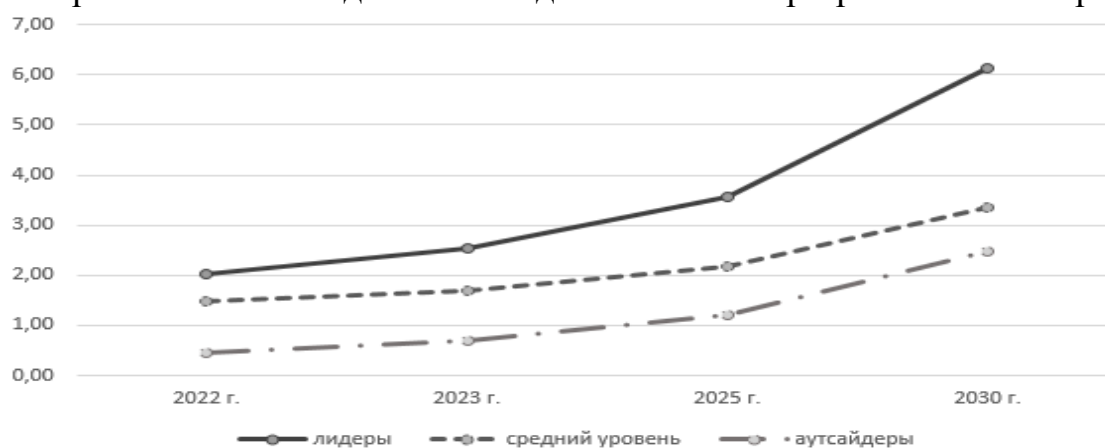


Рисунок 8 – Оптимистичный прогноз результативности деятельности туристских фирм (разработано автором)

Повышение эффективности предоставления туристских услуг планируется за счет создания туристского цифрового пространства, поддерживающего и стимулирующего процессы формирования благоприятного имиджа и продвижения устойчивого бренда туристской дестинации, а также внедрения механизмов улучшения процесса управления и повышения качества.

### 3 ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В диссертации на основе разработанных научно-методических подходов к повышению качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий сформулированы следующие выводы:

1. Научная систематизация теоретико-методологических положений обеспечения качества туристских услуг позволила определить сущностное содержание качества туристских услуг с позиций разноуровневой интерпретации объективной и субъективной составляющих качества услуги на нано-, микро-, мезоуровнях. Качество туристских услуг понимается как совокупность объективных (материально-технических) и субъективно воспринимаемых (функционально-цифровых) параметров, формирующих положительную оценку и лояльное отношение потребителей к субъектам, оказывающим туристские услуги на различных уровнях (предприятие, отрасль, регион). Выделение технических и функционально-цифровых критериев оценки качества позволяет обосновывать выбор инструментов управления процессом повышения качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий.

2. На основе анализа и оценки современного состояния развития туризма и уровня качества предоставления туристских услуг разработан научно-методический подход к оценке качества туристских услуг, базирующийся на идентификации факторов, влияющих на качество услуг, использовании совокупности показателей технической и функционально-цифровой направленности к оценке уровня качества услуг на нано-, микро-, мезоуровнях. Разработанный инструментарий в совокупности позволяет произвести оценку качества туристских услуг, в зависимости от степени цифровой дифференциации развития туристских территорий. Апробация инструментария на примере субъектов Северо-Кавказского федерального округа показала высокий уровень качества предоставления туристических услуг в Ставропольском крае, по сравнению с другими республиками округа, что подтверждается выявленной экономико-математической зависимостью уровня качества услуг от уровня цифровой дифференциации территорий.

3. Разработанный механизм повышения качества туристских услуг основывается на воздействии субъекта управления на объект управления посредством формирования и развития ключевых подсистем обеспечения качества туристских услуг – научно-ценностной, целеполагания, функциональной, инструментальной, интеграционной. Взаимосвязанность и взаимосогласованность подсистем на разных субъектных уровнях позволяет обеспечить достижение нового уровня качества туристских услуг в цифровой среде, обосновать направления нивелирования степени цифровой дифференциации территорий. Группирование субъектов туристической деятельности по уровню качества туристских услуг на лидеров, средних и аутсайдеров обуславливает возможность прогнозирования сценарных вариантов развития туристских предприятий в цифровой среде.

4. Определены стратегические направления повышения качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий: формирование межрегиональных моделей взаимодействия, формирование



цифровой среды туризма, продвижение бренда туристской территории. Сформированные направления, основываясь на результатах экономико-математического моделирования, позволяют обосновывать повышение эффективности деятельности туристских предприятий при условии повышения качества туристских услуг и нивелирования разрывов в цифровом развитии территорий. Так, наибольший экономический эффект получают лидеры туристической отрасли при реализации мероприятий по повышению качества туристских услуг. Показатели качества туристских услуг на мезо- и микроуровнях находятся в тесной взаимосвязи с факторами развития цифровой экономики территорий, степенью цифровой дифференциации территорий, и это подтверждает целесообразность внедрения разработанных предложений.

## **СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ АВТОРОМ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ**

### **а) публикации в научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ:**

1. **Кетова, Ф. Р.** Качество туристских услуг: теоретические аспекты / Ф.Р. Кетова // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 2 (91). – С.860-865. (0,56 п.л.).

2. **Кетова, Ф. Р.** Оценка эффективности туризма в регионе с учетом вовлеченности в информационное пространство (на примере Кабардино-Балкарской Республики) / Ф.Р. Кетова // Экономика. Информатика. – 2021. – Т. 48, № 3. – С. 465-474. (0,72 п.л.).

3. **Кетова, Ф. Р.** Механизм повышения качества туристских услуг (на примере Кабардино-Балкарской Республики) / Ф.Р. Кетова // Финансовая экономика. – 2021 – № 12. – С. 318-323. (0,3 п.л.).

4. **Кетова, Ф. Р.** Оценка качества туристских услуг на мезоуровне: методические аспекты) / Ф.Р. Кетова // Сервис в России и за рубежом. – 2021. – № 5. – С. 5-16. (0,8 п.л.).

5. **Кетова, Ф. Р.** Цифровая дифференциация российских территорий как условие повышения качества туристских услуг / Ф.Р. Кетова // Финансовая экономика. – 2022. – № 2. – С. 268-271. (0,31 п.л.).

### **б) публикации в научных изданиях, включенных в библиометрические базы Web of Science / Scopus:**

6. Alikaeva, M.V. Modelling of the brand promoting process for a resort and recreation destination using IDEF methodology / M. V. Alikaeva, M. S. Oborin, **F. R. Ketova**, S. S. Sizhazheva // Revista Espacios digital. – 2019. – Vol. 40, № 6. – P. 29-41. (0,67 / 0,17 п.л.) (Scopus).

### **в) публикации в других изданиях (журналах, сборниках трудов и материалах конференций):**

7. **Кетова, Ф. Р.** Инновационные инвестиции в российском туризме / Ф. Р. Кетова, Н. З. Глостанова // Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем: сб. статей междунар. науч. практ. конфер., 10 дек. 2015 г., г. Челябинск. – Челябинск: АЭТЕРНА, 2015. – С. 205-207. (0,3 / 0,15 п.л.).

8. **Кетова, Ф. Р.** Основные тенденции развития туризма в КБР / Ф. Р. Кетова, Д. А. Нагоева, Д. Ю. Пшенокова // Приоритеты и пути развития экономики и финансов: сб. матер. межд. науч. практ. конф., 5–9 дек. 2017 г., г. Сочи. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2017. – С. 91-95. (0,45 / 0,22 п.л.).

9. Аликаева, М. В. Роль института ГЧП в развитии привлекательности сферы туризма и гостеприимства / М.В. Аликаева, **Ф.Р. Кетова** // Экономико-правовые аспекты реализации стратегии модернизации России: поиск модели эффективного социохозяйственного развития: сб. матер. междунар. науч. практ. конфер., 4–8 окт. 2017 г., г. Сочи – Москва: Научно-исследовательский институт истории, экономики и права, 2017. – С. 11-15. (0,7 / 0,35 п.л.).

10. **Кетова, Ф. Р.** Современное состояние туристской сферы в КБР / Ф. Р. Кетова // Стратегические изменения в сфере туризма и гостеприимства: поиск нового вектора развития: матер. всерос. науч.-практ. конф., 21 сент. 2018 г., г. Казань / под ред. Е.Е. Коноваловой. – Казань: РУСАЙНС, 2018. – С. 266-276. (0,43 п.л.).

11. Оборин, М. С. Особенности и перспективы информатизации туристской деятельности / М. С. Оборин, **Ф. Р. Кетова** // Прорывное развитие экономики России: условия, инструменты, эффекты: статья в сборнике трудов конференции, 11–13 окт. 2018 г., Нальчик: Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова, 2018. – С. 88-94. (0,37 / 0,17 п.л.).

12. **Кетова, Ф. Р.** Механизм повышения качества туристских услуг: процессный подход / Ф.Р. Кетова // Современные тенденции развития естественных, технических, социальных и гуманитарных наук: сб. ст. межд. науч.-практ. конф., 11–13 окт. 2020 г., г. Нальчик. – Нальчик: КБУ, 2020. – С. 64 – 69. (0,23 п.л.).

13. **Кетова, Ф. Р.** Современные тренды развития качества туристских услуг / Ф.Р. Кетова // Влияние цифровизации на развитие естественных, технических, социальных и гуманитарных наук: сб. ст. нац. науч.-практ. конф., 13 окт. 2020 г., г. Нальчик. – Нальчик: КБУ, 2020. – С. 66 – 69. (0,16 п.л.).

14. **Кетова, Ф. Р.** Система управления качеством туристских услуг на мезоуровне в условиях пространственной неравномерности / Ф. Р. Кетова // Трансформация социально-экономического пространства России и мира : сб. ст. межд. науч.-практ. конф., 29 сент. 2021 г., г. Сочи / под ред. Г.Б. Клейнера, Х.А. Константиныди, В.В. Сорокожердьева. – Краснодар: ООО «Просвещение-Юг», 2021. – С. 76-83. (0,44 п.л.).

15. Хаширова, Т. Ю. Интеллектуальная система помощи туристу: IT-сервис создания персонального туристического маршрута по КБР / Т. Ю. Хаширова, **Ф. Р. Кетова**, Э. Т. Амшоков, Д. А. Токмакова, // Качество. Инновации. Образование. – 2021. – № 4 (174). – С. 72-79. (0,4 / 0,1 п.л.).

16. **Кетова, Ф. Р.** Влияние цифровой дифференциации территорий на развитие туризма / Ф. Р. Кетова // Наука, общество, образование в эпоху цифровизации и глобальных изменений: сб. ст. межд. науч. практ. конф., 23 фев. 2022 г., г. Пенза. – Пенза.: Наука и Просвещение, 2022. – С. 122-124. (0,20 п.л.).