

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика

УДК 332.14, 338.48, 339.138

DOI 10.37493/2307-907X.2023.2.3

Белозёрова Оксана Ивановна

КАВКАЗСКОЕ ГОСТЕПРИИМСТВО КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ТУРИСТСКОГО БРЕНДА СКФО: ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ

Целью исследования является уточнение сущности понятия «кавказское гостеприимство», определение факторов его формирования и роли в продвижении туристского бренда СКФО. Во введении к статье рассматривается текущее состояние туризма в СКФО, представлена динамика туристских потоков в исследуемой дестинации за последние несколько лет и проанализированы отдельные показатели развития сферы гостеприимства в регионе. В основной части работы описаны инструменты маркетингового продвижения Северного Кавказа как туристской дестинации. С помощью проведенного контент-анализа теоретических положений, представленных в научных источниках, сформулирована сущность кавказского гостеприимства и выделены его ключевые характеристики. Основными результатами и новизной исследования явилось определение посредством системного подхода базовых предпосылок и приоритетных направлений реализации концепции «кавказское гостеприимство» на территории Северного Кавказа как инструмента укрепления туристского бренда региона и достижения единых стандартов обслуживания предприятиями туристской сферы СКФО. Сделан вывод о том, что сильный бренд туристской дестинации формирует особое лояльное отношение туристов к ней, повышает привлекательность и престижность посещения данной территории.

Ключевые слова: туристская дестинация, маркетинговая стратегия, бренд, кавказское гостеприимство, стандарты обслуживания, Северный Кавказ, СКФО.

Oxana Belozerova

CAUCASUS HOSPITALITY AS A COMPONENT OF THE TOURIST BRAND OF THE NORTH CAUCASUS FEDERAL DISTRICT: FORMATION FACTORS AND PROMOTION TRENDS

The purpose of the study is to clarify the essence of the concept of «Caucasus hospitality», to determine the factors of its formation and role in promoting the tourist brand of the North Caucasus Federal District. The introduction to the article discusses the current state of tourism in the North Caucasus Federal District, presents the dynamics of tourist flows in the studied destination over the past few years, and analyzes individual indicators of the development of the hospitality sector in the region. The main part of the work describes the tools for marketing promotion of the North Caucasus as a tourist destination. With the help of the content analysis of the theoretical provisions presented in scientific sources, the essence of Caucasus hospitality is specified and its key characteristics are highlighted. The main results and novelty of the study was to determine, using a systematic approach, the basic prerequisites and priority areas for implementing the concept of Caucasus hospitality in the North Caucasus as a tool to strengthen the tourism brand of the region and achieve uniform service standards for tourism enterprises in the North Caucasus Federal District. It is concluded that a strong brand of a tourist destination forms a special loyal attitude of tourists towards it, increases the attractiveness and prestige of visiting this territory.

Key words: tourist destination, marketing strategy, brand, Caucasus hospitality, service standards, North Caucasus, North Caucasus Federal District.

Введение / Introduction. Территория Северного Кавказа традиционно славится богатым природно-географическим, историко-культурным и туристско-рекреационным потенциалом. Широкие возможности для развития туризма в СКФО открывает большое число аттракторов

и объектов показа, разнообразие предлагаемых гостям региона видов туризма, неповторимый культурный и национальный колорит, достаточно прогрессивная транспортная инфраструктура и наличие благоустроенных средств размещения в дестинациях региона.

В 2021 году число коллективных средств размещения в СКФО зафиксировалось на отметке 1039 единиц, что на 17,7 % больше, чем в 2018 году [16].

Об увеличении спроса на туристские услуги, предлагаемые дестинациями Северного Кавказа, свидетельствует достаточно интенсивный поток туристов в регион. Так, «в 2022 году во всех без исключения северокавказских регионах отмечается значительный рост туристического потока: к примеру, в Дагестане наблюдают рост на 30 % относительно прошлого года; в Чечне зафиксирован семикратный рост за последние 2 года; Адыгея за 10 лет удвоила свой поток до почти 500 тысяч туристов. Карачаево-Черкесия только за первое полугодие приняла 1,2 млн туристов» [13].

В свою очередь, информационное агентство Eurasia Daily приводит следующую статистику: «За три летних месяца 2022 года на горных курортах Северного Кавказа побывали почти 264 тысячи гостей, что на 47 % превышает аналогичные показатели предыдущего года. При этом наибольший прирост туристов зафиксирован на курортах «Эльбрус» в Кабардино-Балкарии и «Ведучи» в Чечне, на 62 % и 77 % соответственно. «Архыз» в Карачаево-Черкесии увеличил прошлогодние показатели на 17 %» [8].

При этом в абсолютном выражении общее количество туристских поездок, совершенных российскими и иностранными туристами в пределах СКФО за январь – август 2022 года, составило 2 712 361 единиц [17].

Вместе с тем на Северном Кавказе большое внимание уделяется совершенствованию туристской инфраструктуры, в т. ч. за счет действия программы курортного сбора, активного привлечения инвестиций в регион, реализации государственных проектов и программ стратегического развития туризма в СКФО. Так, одной из целей реализации государственной программы Российской Федерации «Развитие Северо-Кавказского федерального округа» является «повышение уровня туристической привлекательности Северо-Кавказского федерального округа, что позволит принять на курортах туристического кластера в общей сложности до 23 988 662 туристов, увеличить суммарный объем вложений, направленных резидентами на создание инвестиционных объектов туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе, до 42 485,9 млн рублей» [1].

Вышеизложенное свидетельствует о том, что в настоящее время сфера туризма на Северном Кавказе является достаточно перспективным направлением развития экономики региона и сосредоточивает в себе значительные объемы капитальных вложений. Тем не менее приоритеты продвижения туризма в СКФО на внутреннем и внешних рынках тесно связаны не только с достижением высокого уровня обеспеченности туристской индустрии объектами материально-технической базы, но и с формированием устойчивых, уникальных и положительных ассоциаций населения с путешествиями и отдыхом на Северном Кавказе, в том числе за счет развития его туристического бренда.

Наряду с этим актуальность темы исследования подтверждается и перечнем ключевых направлений и задач развития туризма в СКФО, которые представлены в «Стратегии социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа на период до 2030 года», среди них особое место занимает «продвижение зонтичного бренда «КАВКАЗ.РФ» [2, с. 43], «продвижение туристских территорий и туристских продуктов субъектов Российской Федерации, входящих в состав Северо-Кавказского федерального округа, на российском и международном рынках» [2, с. 59].

В академических источниках отдельные вопросы, связанные с реализацией маркетинговых инструментов продвижения сферы туризма и индустрии гостеприимства и с формированием туристического бренда Северного Кавказа, раскрывались в работах П. Е. Будаева, С. А. Гарагашевой, И. В. Долговой, З. М. Кешевой, З. С. Страчковой, Н. В. Страчковой, Д. С. Тимошенко, Т. А. Ткачевой, А. О. Чернякиной, И. С. Штаповой и др.

Однако, несмотря на существующие научные изыскания, в экономической литературе имеются определенные пробелы в части конкретизации содержания туристического бренда СКФО и не в полной мере раскрыт потенциал именно понятия «кавказское гостеприимство» как базиса и необходимого элемента его формирования, что и предопределило основную цель и задачи данного исследования.

Материалы и методы / Materials and methods. В данной статье мы сконцентрируем наше внимание на выявлении ключевых сущностных характеристик современного туристического бренда СКФО «кавказское гостеприимство», его роли в данном отношении и сформулируем наиболее приоритетные, на наш взгляд, векторы его продвижения на внутреннем и внешнем рынках.

В качестве теоретической базы исследования выступили статистические и справочные источники информации о туристско-рекреационной инфраструктуре СКФО, научные труды отечественных авторов, посвященные проблемным вопросам маркетингового продвижения туризма в СКФО, а также официальные сайты министерств, ведомств и корпораций в сфере туризма.

При написании данной работы использовались экономические, статистические, графические, логические и другие методы изучения, обработки и обобщения информации. Обусловленные конкретными целями и задачами написания статьи также использовались системный подход, контент-анализ, синтез, ситуационный анализ.

Результаты и обсуждение / Results and discussions. В состав Северо-Кавказского федерального округа входят следующие субъекты РФ: Республика Дагестан, Республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Северная Осетия-Алания, Ставропольский край, Чеченская Республика, – в каждом из которых развиваются различные виды туризма, благодаря специально созданной инфраструктуре [18].

Однако к одной из проблем продвижения туризма на Северном Кавказе С. А. Гарагашева и И. С. Штапова относят следующую: «В первую очередь отсутствует целостный имидж курортов Северного Кавказа, а именно позиционирование на рынке туристических услуг» [6, с. 156].

При этом, по мнению П. Е. Будаева, «позиционирование туристской дестинации является систематическим и целенаправленным процессом, включающим в себя рациональное понимание ее сильных и слабых сторон, влияющих на конкурентоспособность на рынке» [5, с. 160].

В рамках выполнения задач данного исследования рассмотрим современные аспекты реализации бренда СКФО как туристской дестинации.

Единый зонтичный бренд всех курортов в составе туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе – «Курорты Северного Кавказа» – был разработан в 2014 году. Графические символы каждого курорта в форме соляра и снежинки, выполненные на основе орнаментов и национальных узоров коренных народов республик СКФО, призваны подчеркнуть их индивидуальность и всесезонный характер работы (рисунок 1) [11].



Рис. 1. Зонтичный бренд «Курорты Северного Кавказа»
Источник: [11].

Еще одним направлением позиционирования сферы туризма и гостеприимства в СКФО стало формирование сувенирного общекавказского бренда, призванного объединить сферу туризма и ремесленников [19].

Безусловно, созданные логотипы и разработанный зонтичный бренд «Курорты Северного Кавказа» являются достаточно привлекательными и демонстрируют единый стиль и подходы к продвижению туристского продукта в СКФО. А развитие ремесленного дела мастерами отдельных республик региона, выражающих искусство и культуру разных народов Северного Кавказа в формате сувенирной продукции, будет способствовать продвижению его туристического бренда.

В свою очередь, современным и относительно молодым предпринимательским проектом, направленным на развитие гостеприимства в регионе под единым брендом, является «Визит Кавказ» (Visit Caucasus). Этот проект призван продемонстрировать туристу то, что объединяет все местные народности, – щедрость души и гостеприимство. «Визит Кавказ» оказывает широкий перечень услуг и аккумулирует все туристические направления, чтобы объединять их в одно пространство [9].

Вместе с тем с позиции корпоративного управления продвижение туристического бренда Северного Кавказа является одной из ключевых задач АО «КАВКАЗ.РФ». Работа компании в данном направлении ведется в следующих аспектах:

- 1) активизация информационной работы, направленной на популяризацию туристско-рекреационного и этнокультурного потенциала СКФО и всесезонных туристско-рекреационных комплексов в составе туркластера;
- 2) продвижение рекреационных возможностей региона в средствах массовой информации, социальных сетях и блогосфере в непосредственной коммуникации с потенциальными туристами – гостями курортов Северного Кавказа;
- 3) реализация культурных и художественных проектов, направленных на создание визуально привлекательного образа Северо-Кавказского федерального округа как единой территории гостеприимства;
- 4) взаимодействие с молодежным активом региона, заинтересованным в реализации собственных бизнес-проектов в индустрии гостеприимства на территории особых экономических зон, а также местными мастерами и ремесленниками, работы которых – традиционные авторские изделия – станут основой привлекательного бренда кавказского сувенира;
- 5) развитие событийного, спортивного, культурно-познавательного туризма как дополнительного фактора привлекательности курортов и др. [14].

Таким образом, в настоящее время продвижение туристического бренда СКФО осуществляется в разных направлениях, тем не менее в рамках данного исследования актуальным является уточнение сущности и роли именно кавказского гостеприимства в укреплении образа Северного Кавказа как туристской дестинации.

Исторически зарождение кавказского гостеприимства в Северо-Кавказских республиках тесно связано с суровыми природными условиями в горах Кавказа, когда долгом любого уважаемого горца было радушно встретить и впустить путника в дом, обогреть, накормить лучшей едой и дать кров на ночь. С. Б. Узденова отмечает, что «под влиянием многих факторов на Кавказе сформировался крепкий и долговечный институт не символического, а прикладного гостеприимства» [7]. В настоящее время кавказское гостеприимство считается неотъемлемой частью культуры и традиций народов Северного Кавказа.

В научных источниках кавказское гостеприимство трактуется с разных позиций, приведем некоторые из них.

По мнению Н. О. Блейх, «институт гостеприимства горских этносов являет собой самую устойчивую традицию, своеобразную жизненную установку, передающуюся из поколения в поколение» [4, с. 57]. При этом автор раскрывает содержание кавказского гостеприимства следующим

образом: «обычай гостеприимства существует вообще у всех кавказских горцев, и в основании его лежит общечеловеческая нравственность, которая и придает ему во мнении горцев значение священное» [4, с. 53].

Вместе с тем согласимся с мнением Т. Шебзуховой: «Кавказское гостеприимство, являясь яркой, традиционной чертой жителей северокавказских республик, представляет собой фундаментальные основы успешного развития туристского кластера СКФО» [12].

А. Э. Баласултанова, в свою очередь, считает, что «...гостеприимство как элемент этнокультурной преемственности на Кавказе является одним из главных институтов духовного воспроизводства этносоциальных, общественных и семейных отношений» [3].

Полагаем, что в рамках нашего исследования кавказское гостеприимство можно охарактеризовать как исторически сложившееся среди народов Северного Кавказа, обусловленное их культурой и традициями, приветливое, уважительное отношение к гостю, заботу о нем и предоставление лучших условий.

Признанием особого значения кавказского гостеприимства для современного развития сферы туризма и важным шагом на пути к стандартизации услуг размещения, предоставляемых в субъектах СКФО и республике Адыгея, стало подписание соглашения о Единых стандартах кавказского гостеприимства в рамках реализации нового туристического проекта «Кавказ Gran Turismo» (рисунок 2) [15]. Единые стандарты в качестве рекомендаций затронут благоустройство территорий, обустройство номерного фонда, сферу питания, приема и размещения туристов [10].



Рис. 2. Кавказское гостеприимство под брендом «Кавказ Gran Turismo»

Источник: [13].

Безусловно, объединение усилий по развитию туризма в дестинациях Северного Кавказа под единым брендом, основанном на связующем их компоненте – кавказском гостеприимстве – является благоприятным фактором с точки зрения укрепления позиций региона на отечественном и международном туристских рынках. На наш взгляд, это как окажет положительное влияние на деятельность отдельных туристских дестинаций СКФО, так и поможет сформировать единый туркластер в регионе, характеризующийся согласованным регулированием уровня сервисного обслуживания на туристских предприятиях, а также транслированием дружелюбия, радушия и национальных культурных ценностей потребителям туристского продукта.

Полагаем, что дальнейшее продвижение и брендирование Северного Кавказа как туристской дестинации с акцентом на компонент «кавказское гостеприимство» может проходить в несколько этапов (рисунок 3).

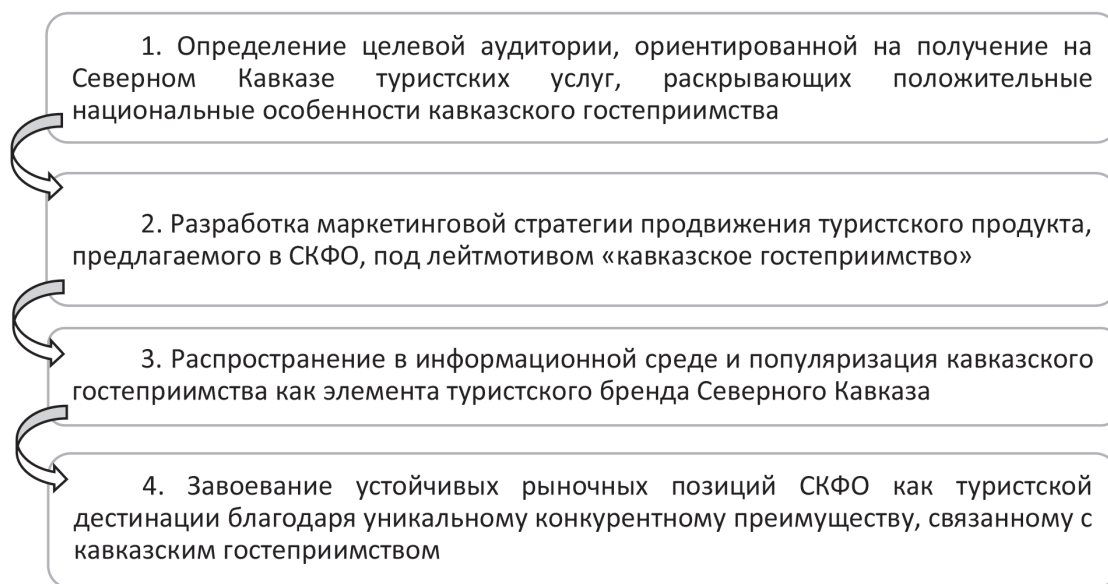


Рис. 3. Основные этапы брендинга и продвижения Северного Кавказа как туристской дестинации

Источник: составлено автором

В связи с вышеизложенным также сформулируем приоритетные направления модернизации туристской сферы СКФО, ориентированные на поддержание в ней тематики кавказского гостеприимства.

1. Достижение высокого уровня материально-технической базы в туристских дестинациях Северного Кавказа, обеспеченность прогрессивными и современными средствами формирования комплексного туристского продукта.
2. Наполнение туристской отрасли региона высококвалифицированными кадрами, обеспечивающими высокий уровень качества обслуживания потребителей турпродуктов, в частности, представителями местного населения как носителями культурных традиций гостеприимства, демонстрирующими заботливое отношение к гостю.
3. Государственная и региональная поддержка единого бренда Северного Кавказа с акцентом на культуру кавказского гостеприимства, отражающуюся в соответствующих стратегиях и программах развития туризма.
4. Активное применение маркетинговых инструментов для популяризации кавказского гостеприимства как неотъемлемого элемента туристского продукта в СКФО, в т. ч. размещение информации в СМИ, социальных сетях, блогосфере, а также проведение тематических, официальных, информационных семинаров, пресс-конференций, туристских выставок, культурных проектов. Создание бренд-бука СКФО как территории кавказского гостеприимства.

Итак, результатом успешного брендинга СКФО как туристской дестинации должны стать формирование его уникального образа в восприятии целевой аудитории туристов, повышение привлекательности предлагаемого туристского продукта. Еще одним немаловажным преимуществом развития туристского бренда СКФО на основе кавказского гостеприимства является возможность создания туристских продуктов и маршрутов с учетом единых ценностей и подходов к уровню сервиса.

Заключение / Conclusion. Активное позиционирование туристской дестинации на рынке, основанное на ее сильных сторонах и уникальных конкурентных преимуществах, является необходимым этапом формирования индивидуальности данной территории, закрепления ее имиджа

среди потребителей сервисов и услуг. В этой связи при разработке и реализации маркетинговой стратегии туристской дестинации важно сосредоточиться на выявлении отличительных особенностей предлагаемого в ней туристского продукта и включении этого «превосходства» в основание бренда дестинации. В свою очередь, «сильный» бренд туристской территории обеспечит лояльность потенциальных потребителей и идентификацию дестинации среди аналогичных предложений на туристском рынке.

Для бренда туристского кластера СКФО уникальным компонентом и фактором притяжения туристов, на наш взгляд, является именно кавказское гостеприимство как сочетание высоких стандартов сервиса и традиционного радушия, уважения и приветливого отношения к гостю, издавна сложившегося на Северном Кавказе. При этом дальнейшее проведение брендинга СКФО, основанного на популяризации кавказского гостеприимства как ключевого достоинства предлагаемого в нем туристского продукта, сможет стать не только инструментом повышения привлекательности территории для потенциальных посетителей, но и дополнительным преимуществом в конкурентной борьбе за инвесторов, что будет способствовать привлечению средств в социально-экономическое развитие Северо-Кавказского федерального округа.

Таким образом, кавказское гостеприимство, подчеркивающее уникальный дух и колорит местных народов, должно стать одной из основных составляющих современного туристского бренда СКФО. Его продвижение важно обеспечить, с одной стороны, за счет профессиональной деятельности кадров туристских предприятий и поддержки местного населения, а с другой – с помощью разработки специальных мероприятий по популяризации туризма на Северном Кавказе, реализуемых на государственном и муниципальном уровнях.

ЛИТЕРАТУРА И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

1. Российская Федерация. Правительство. Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 309 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации “Развитие Северо-Кавказского федерального округа”». – URL: <http://gov.garant.ru/document?id=70544202&byPara=1&sub=2614660> (дата обращения: 10.10.2022). – Текст : электронный
2. Российская Федерация. Правительство. Распоряжение Правительства РФ от 30.04.2022 № 1089-р «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа на период до 2030 года» – URL: <http://static.government.ru/media/files/zAyJ1T99GfiNha1pYvXzv5AgPYJgarga.pdf> (дата обращения: 10.10.2022). – Текст : электронный
3. Баласултанова, А. Э. Гостеприимство как один из элементов этнической культуры народов Кавказа / А. Э. Баласултанова // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2016. – № 1. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/09SFK116.pdf>, свободный (дата обращения: 15.10.2022). – Загл. с экрана. Яз. рус., англ. – Текст : электронный
4. Блейх, Н. О. Институт гостеприимства – важнейший этикетный императив северокавказских народов / Н. О. Блейх // Локус: люди, общество, культуры, смыслы. – 2016. – № 4. – С. 51–58. – Текст : непосредственный.
5. Будаев, П. Е. Особенности позиционирования туристских дестинаций / П. Е. Будаев // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2021. – № 2. – С. 157–161 – Текст : непосредственный.
6. Гарагашева, С. А. Брендинг туристического региона на примере Северо-Кавказского федерального округа / С. А. Гарагашева, И. С. Штапова // Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты : сборник научных статей 9-й Международной научно-практической конференции: в 2 т., Курск, 21–22 ноября 2019 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2019. – С. 154–157. – Текст : непосредственный.
7. Узденова, С. Б. К вопросу Кавказского гостеприимства: традиции, новации / С. Б. Узденова // Национальные и исторические традиции – источник общероссийского единства : материалы Всероссийской научно-практической конференции, Карачаевск, 04–05 декабря 2020 года. – Карачаевск : Карачаево-Черкесский государственный университет им. У. Д. Алиева, 2020. – С. 180–185. – Текст : непосредственный.

8. Альтернатива пляжам: летний турпоток на Северный Кавказ вырос почти на 50 % // Официальный сайт информационного агентства Eurasia Daily. – URL: <https://eadaily.com/ru/news/2022/09/05/alternativa-plyazham-letniy-turpotok-na-severnoy-kavkaz-vyros-pochti-na-50> (дата обращения: 12.10.2022). – Текст : электронный.
9. Гостеприимство как визитная карточка: что предлагает туристам Северный Кавказ // Официальный сайт информационного ресурса «Национальные проекты». – URL: <https://xn--80aarpemecchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/news/gostepriimstvo-kak-vizitnaya-kartochka-chto-predlagaet-turistam-severnoy-kavkaz> (дата обращения: 12.10.2022). – Текст : электронный.
10. Знаменитое кавказское гостеприимство будут стандартизировать // Официальный сайт профессионального портала TourDom.ru. – URL: <https://www.tourdom.ru/news/znamenitoe-kavkazskoe-gostepriimstvo-budut-standartizirovat.html> (дата обращения: 12.10.2022). – Текст : электронный.
11. Зонтичный бренд «Курорты Северного Кавказа» // Официальный сайт АО «КАВКАЗ.РФ». – URL: <https://www.ncrc.ru/activities/prodvizhenie-brenda/zontichnyy-brend-kurorty-severnogo-kavkaza.html> (дата обращения: 14.10.2022). – Текст : электронный.
12. ИТАР-ТАСС: Специалистов для курортов Северного Кавказа оценит Единый центр сертификации // Официальный сайт АО «КАВКАЗ.РФ». – URL: <https://www.ncrc.ru/press-center/publikatsii/publikatsii-smi/itar-tass-spetsialistov-dlya-kurortov-severnogo-kavkaza-otsenit-edinyy-tsentr-sertifikatsii.html> (дата обращения: 12.10.2022). – Текст : электронный.
13. Кавказское гостеприимство под брендом «Кавказ Gran Turismo». – URL: <https://travelvesti.ru/istorii/kavkazskoe-gostepriimstvo-pod-brendom-kavkaz-gran-turismo.html> (дата обращения: 14.10.2022). – Текст : электронный.
14. Продвижение бренда // Официальный сайт АО «КАВКАЗ.РФ». – URL: <https://www.ncrc.ru/activities/prodvizhenie-brenda/> (дата обращения: 14.10.2022). – Текст : электронный.
15. Регионы СКФО и Адыгея приняли единые стандарты кавказского гостеприимства // Официальный сайт информационного агентства ТАСС. – URL: <https://tass.ru/obschestvo/15094179> (дата обращения: 14.10.2022). – Текст : электронный.
16. Основные показатели деятельности коллективных средств размещения по Российской Федерации, годы (с 2010 г.) // Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 05.10.2022). – Текст : электронный.
17. Оценка туристского потока (с 2022 г.) // Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 05.10.2022). – Текст : электронный.
18. Северо-Кавказский федеральный округ – URL: <https://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 12.10.2022). – Текст : электронный.
19. Туристический бренд СКФО // Официальный сайт АО «КАВКАЗ.РФ». – URL: <https://www.ncrc.ru/press-center/kommentarii/dmitriy-stryukov.html> (дата обращения: 12.10.2022). – Текст : электронный.

REFERENCES AND INTERNET RESOURCES

1. Rossijskaya Federaciya. Pravitel'stvo. Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 15 aprelya 2014 g. No 309 «Ob utverzhenii gosudarstvennoj programmy Rossijskoj Federacii “Razvitie Severo-Kavkazskogo federal'nogo okruga”» («On approval of the state program of the Russian Federation “Development of the North Caucasus Federal District”»). – URL: <http://gov.garant.ru/document?id=70544202&byPara=1&sub=2614660> (accessed: 10.10.2022).
2. Rossijskaya Federaciya. Pravitel'stvo. Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 30.04.2022 No 1089-r «Ob utverzhenii Strategii social'no-ekonomicheskogo razvitiya Severo-Kavkazskogo federal'nogo okruga na period do 2030 goda» («On approval of the Strategy for the socio-economic development of the North Caucasus Federal District for the period up to 2030») – URL: <http://static.government.ru/media/files/zAyJ1T99GfiNha1pYvXzv5AgPYJgapga.pdf> (accessed: 10.10.2022).
3. Balasultanova, A. E. Gostepriimstvo kak odin iz elementov etnicheskoj kul'tury narodov Kavkaza (Hospitality as one of the elements of the ethnic culture of the peoples of the Caucasus) / A. E. Balasultanova // Mir nauki. Sotsiologiya, filologiya, kul'turologiya. – 2016. – No 1. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/09SFK116.pdf>, svobodnyi (accessed: 15.10.2022).
4. Bleih, N. O. Institut gostepriimstva – vazhneishij etiketnyj imperativ severokavkazskih narodov (The institution of hospitality is the most important etiquette imperative of the North Caucasian peoples) / N. O. Bleih // Lokus: lyudi, obshchestvo, kul'tury, smysly. – 2016. – No 4. – P. 51–58.

5. Budaev, P. E. Osobennosti pozicionirovaniya turistskih destinacij (Features of positioning tourist destinations) / P. E. Budaev // Gosudarstvennoe i municipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski. – 2021. – No 2. – P. 157–161.
6. Garagasheva, S. A. Brending turisticheskogo regiona na primere Severo-Kavkazskogo federal'nogo okruga (Branding of a tourist region on the example of the North Caucasus Federal District) / S. A. Garagasheva, I. S. Shtapova // Strategiya social'no-ekonomicheskogo razvitiya obshchestva: upravlencheskie, pravovye, hozyaistvennye aspekty : sbornik nauchnyh statej 9-i Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii: v 2 t., Kursk, 21–22 noyabrya 2019 goda. – Kursk : Yugo-Zapadnyj gosudarstvennyj universitet, 2019. – P. 154–157.
7. Uzdenova, S. B. K voprosu Kavkazskogo gostepriimstva: tradicii, novacii (On Caucasus hospitality: traditions, innovations) / S. B. Uzdenova // Nacional'nye i istoricheskie tradicii – istochnik obshcherossijskogo edinstva : materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Karachaevesk, 04–05 dekabrya 2020 goda. – Karachaevesk : Karachaevo-Cherkesskiy gosudarstvennyj universitet im. U. D. Alieva, 2020. – P. 180–185.
8. Al'ternativa plyazham: letnij turpotok na Severnyj Kavkaz vyros pochtu na 50 % // Oficial'nyj sait informacionnogo agentstva Eurasia Daily. – URL: <https://easaily.com/ru/news/2022/09/05/alternativa-plyazham-letnij-turpotok-na-severnyj-kavkaz-vyros-pochtu-na-50> (accessed: 12.10.2022).
9. Gostepriimstvo kak vizitnaya kartochka: chto predlagaet turistam Severnyj Kavkaz // Oficial'nyj sait informacionnogo resursa «Nacional'nye proekty». – URL: <https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/news/gostepriimstvo-kak-vizitnaya-kartochka-chto-predlagaet-turistam-severnyj-kavkaz> (accessed: 12.10.2022).
10. Znamenitoe kavkazskoe gostepriimstvo budut standartizirovat' // Oficial'nyj sait professional'nogo portala TourDom.ru. – URL: <https://www.tourdom.ru/news/znamenitoe-kavkazskoe-gostepriimstvo-budut-standardizirovat.html> (accessed: 12.10.2022).
11. Zontichnyj brend «Kurorty Severnogo Kavkaza» // Oficial'nyj sait AO «KAVKAZ.RF». – URL: <https://www.ncrc.ru/activities/prodvizhenie-brenda/zontichnyj-brend-kurorty-severnogo-kavkaza.html> (accessed: 14.10.2022).
12. ITAR-TASS: Specialistov dlya kurortov Severnogo Kavkaza ocenit Edinyj centr sertifikacii // Oficial'nyj sait AO «KAVKAZ.RF». – URL: <https://www.ncrc.ru/press-center/publikatsii/publikatsii-smi/itar-tass-spetsialistov-dlya-kurortov-severnogo-kavkaza-otsenit-edinyj-tsentr-sertifikatsii.html> (accessed: 12.10.2022).
13. Kavkazskoe gostepriimstvo pod brendom «Kavkaz Gran Turismo» – URL: <https://travelvesti.ru/istorii/kavkazskoe-gostepriimstvo-pod-breedom-kavkaz-gran-turismo.html> (accessed: 14.10.2022).
14. Prodvizhenie Brenda // Oficial'nyj sait AO «KAVKAZ.RF». – URL: <https://www.ncrc.ru/activities/prodvizhenie-brenda/> (data obrashcheniya: 14.10.2022).
15. Regiony SKFO i Adygeya prinyali edinye standarty kavkazskogo gostepriimstva // Oficial'nyj sait informacionnogo agentstva TASS. – URL: <https://tass.ru/obschestvo/15094179> (accessed: 14.10.2022).
16. Osnovnye pokazateli deyatelnosti kollektivnyh sredstv razmeshcheniya po Rossijskoj Federacii, gody (s 2010 g.) // Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (data obrashcheniya: 05.10.2022).
17. Ocenka turistskogo potoka (s 2022 g.) // Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (accessed: 05.10.2022).
18. Severo-Kavkazskij federal'nyj okrug – URL: <https://ru.wikipedia.org> (accessed: 12.10.2022).
19. Turisticheskij brend SKFO // Oficial'nyj sait AO «KAVKAZ.RF». – URL: <https://www.ncrc.ru/press-center/kommentarii/dmitriy-stryukov.html> (accessed: 12.10.2022).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Белозёрова Оксана Ивановна, кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма и индустрии гостеприимства СКФУ. E-mail: obelozerova@ncfu.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Belozerova Oxana Ivanovna, Candidate of Economics, Associate Professor, Department of Tourism and Hospitality Industry, North-Caucasus Federal University. E-mail: obelozerova@ncfu.ru