

УДК 338.48(479)

*Щекунцова О.С., Рубан Д.А.
Shcekuntsova O.S., Ruban D.A.*

Туристический образ региона в электронном пространстве: опыт комплексной оценки

Tourism image of region in the e-space: an experience of complex evaluation

Туристический образ региона в электронном пространстве имеет огромное значение, т.к. ресурсы сети Internet стали к настоящему времени важнейшим источником информации для туристов. На примере Кабардино-Балкарской Республики показано, что представляет такой образ и каковы связанные с ним проблемы, а также апробирована методика его комплексной оценки. Контент-анализ представительной выборки Internet-страниц позволяет сделать вывод о том, что туристический образ указанного региона в электронном пространстве определяется информацией о естественных ландшафтах, отдельных природных особенностях, культурной среде, туристической инфраструктуре, возможном времяпрепровождении, сезонах и конкретных объектах. При этом активно продвигаются природные ресурсы горной части республики. Сформировавшийся туристический образ характеризуется неполнотой и проблемами с узнаваемостью объектов. В этой связи требуется разработка стратегии по его оптимизации.

Ключевые слова: *туристический образ, регион, Internet-страницы, контент-анализ, Кабардино-Балкария*



Tourism image of region in the e-space is of big significance because Internet resources have become importance sources of information for modern tourists. The composition of this image, the relevant problems, and the method of its complex evaluation are demonstrated by example of the Kabarda-Balkaria Republic. Content-analysis of the representative set of web-pages allows to conclude that the tourism image of the noted region in the e-space is determined by information about natural landscapes, particular natural peculiarities, cultural environment, tourism infrastructure, possibilities for time spending, seasons, and real objects. Natural resources of the mountainous part of the republic are promoted most actively. The formed tourism image is characterized by incompleteness and problems linked to object identification. Therefore, development of strategy for this image optimization is required.

Key words: *tourism image, region, web-pages, content analysis, Kabarda-Balkaria*

Введение

К настоящему времени основным источником информации для туристов стало электронное пространство, которое составляют многочисленные ресурсы сети Internet. В этой связи огромный интерес представляет изучение туристических образов отдельных регионов в этом пространстве, сформировавшихся к настоящему времени [9; 16; 17; 19;

ЩЕКУНЦОВА Ольга Сергеевна, магистрантка Высшей школы бизнеса Южного федерального университета (г. Ростов-на-Дону).

РУБАН Дмитрий Александрович, к.геол.-минерал.н., доцент Высшей школы бизнеса Южного федерального университета (г. Ростов-на-Дону). **E-mail:** ruban-d@mail.ru

21]. Это важно, в частности, для понимания того, какая информация в сети Internet предопределяет выбор туристами конкретных направлений. Результаты подобного рода изучения важны для правильного позиционирования туристической индустрии конкретных территорий путём оптимизации соответствующих образов в электронном пространстве.

В России особого внимания заслуживают регионы Северного Кавказа, где в последние годы туризм стал одним из основных направлений деятельности, но при этом становление соответствующей индустрии ещё требует решения большого числа проблем. Немаловажно отметить, что у большинства потенциальных туристов уже есть чётко устоявшийся образ этих регионов, который подчас требует корректировки и изменения в лучшую сторону. Как показал опыт изучения Адыгеи [9], анализ туристического образа конкретной территории позволяет также развивать и апробировать различные методики, которые впоследствии могут использоваться не только для этих, но всех остальных регионов страны. В настоящей работе делается попытка комплексной оценки туристического образа Кабардино-Балкарской Республики в электронном пространстве. Основными задачами при этом являются, во-первых, качественная и количественная характеристика этого образа, во-вторых, выявление основных связанных с ним проблем, и, в-третьих, апробация методики подобного рода оценки.

Характеристика изученного региона

Кабардино-Балкарская Республика располагается в центральной части Северного Кавказа. Она занимает площадь в 12,5 тыс. км², на которых проживают более 850 тыс. человек. Административный центр – город Нальчик с населением 275 тыс. чел.

Природа Кабардино-Балкарии отличается заметным разнообразием [11]. Северо-восточная половина региона – наклонная равнина, а юго-западная – горы. Здесь располагается высшая точка Кавказа – г. Эльбрус (5642 м), а также ещё ряд вершин высотой более 5000 м. Многочисленны реки – прежде всего, это р. Терек и её притоки. Ландшафты меняются от степных на равнине до лесных и альпийских в горах. Историко-культурное наследие региона весьма богато [3; 10]. Существуют также хорошие предпосылки для успешного социально-экономического развития республики, что, однако, требует решения ряда важных проблем [5; 14].

Туристическая индустрия Кабардино-Балкарской Республики хорошо изучена [1; 2; 8; 12; 15]. Здесь развиваются самые различные направления туризма и рекреации. Гостиничное хозяйство представлено многочисленными гостиницами, базами отдыха и т.д. Курортно-оздоровительная сфера также характеризуется хорошим развитием. Туристов привлекают, прежде всего, Приэльбрусье (в т.ч. по причине исключительного удобства для занятий горнолыжным спортом), Нальчик (важный курорт), а также Голубые озёра и Чегемские водопады.

Материал и методика

Представления об образе территории в целом и их туристическом образе в частности изложены в большом числе работ [4; 6; 7; 13; 16; 18; 20; 21]. Прежде всего, следует отметить, что туристический образ отражает представления о ресурсах и факторах туризма, туристической индустрии региона, тогда как туристский образ – о туристах из определённого региона. В электронном пространстве туристический образ формируется случайным образом или целенаправленно (в этом случае говорят о продвижении образа) за счёт информации (текстовой, графической, фотографической), представленной в сети Internet. Это объективный образ, который, будучи воспринят пользователями сети, становится

перцептивным; при этом он может существенным образом измениться (по причине того, что пользователь может не обратить внимания на какую-либо информацию, ограничиться просмотром фотографий или же на восприятие им информации окажут влияние те или иные стереотипы).

Очевидно, что в самом электронном пространстве может существовать только объектный туристический образ. Он имеет три составляющих: материализованный образ (конкретные объекты, виды деятельности и т.п.), символический образ (специально созданные символы – логотипы, лозунги и бренды в узком смысле) и качественный образ (например, положительная характеристика территории) (см. также [16]). В настоящей работе объектом анализа является туристический образ Кабардино-Балкарской Республики в электронном пространстве. Его составляющие не рассматриваются, т.к. именно материализованный образ доминирует на Internet-страницах, посвящённых данному региону. Основное внимание уделяется элементам, из которых формируется образ.

Методика предпринятой оценки выглядит следующим образом. Прежде всего, с помощью общеизвестных поисковых систем было выбрано 25 Internet-страниц, которые характеризуют туризм в Кабардино-Балкарской Республике (таблица 1). Такую выборку можно считать репрезентативной с учётом предполагаемого количества популярных Internet-ресурсов, посвящённых данному региону и поставленных в настоящей работе задач. Основное внимание уделялось справочным порталам и сайтам туристических фирм, т.к. потенциальные посетители республики обратятся скорее именно к этим ресурсам по причине их многочисленности. Выбор Internet-страниц для анализа осуществлялся летом-осенью 2015 г. Далее каждая из них была подвергнута тщательному контент-анализу. Анализ содержания (текстовые блоки и надписи, фотографии, рисунки) позволил выделить основные элементы, из которых складывается туристический образ рассматриваемого региона. Это в свою очередь дало возможность предложить ряд общих критериев для количественного анализа туристического образа путём повторного контент-анализа тех же самых Internet-страниц (таблица 1), который на этот раз ограничивался поиском сведений, отвечающих одному или нескольким из вышеупомянутых критериев. При проведении контент-анализа учитывалось, насколько отдельные элементы доминируют (в виде крупных рисунков или специально выделенных надписей) на Internet-страницах. Всё это обеспечило комплексность оценки туристического образа Кабардино-Балкарии в электронном пространстве.

В настоящей работе представлена только обобщённая информация, достаточная для заключений об образе республики. Результаты контент-анализа конкретных Internet-страниц не могут быть опубликованы по этическим соображениям (прежде всего, чтобы не допустить нанесения какого-либо ущерба коммерческим интересам и репутации организаций, владеющих анализируемыми электронными ресурсами).

Результаты

Туристический образ Кабардино-Балкарской Республики в электронном пространстве, согласно результатам проведённого контент-анализа, складывается из большого числа элементов. Они представлены как на фотографиях, так и в тексте. Условно можно разделить эти элементы на следующие группы: естественные ландшафты, отдельные природные особенности, культурная среда, туристическая инфраструктура, возможное времяпрепровождение, сезоны, конкретные объекты.

Естественные ландшафты. К этой группе относятся 4 элемента туристического образа региона в электронном пространстве, каковыми яв-

ляются горы, равнина, лес и степь. Горы фигурируют на подавляющем большинстве проанализированных Internet-страниц. Прочие элементы появляются на них значительно реже, как правило, лишь упоминаясь в тексте. Здесь уместно отметить, что горные ландшафты занимают лишь часть территории республики.

Отдельные природные особенности. В эту группы объединены такие элементы, как водопады, источники, озёра, реки, ущелья, а также характерные для региона животные. Их изображения и упоминания о них в тексте встречаются весьма часто, а на некоторых Internet-страницах вообще доминируют. В особенности это касается водопадов, источников и озёр, которые и в действительности многочисленны в Кабардино-Балкарии. Из объектов животного мира, упоминаемых в проанализированных электронных ресурсах, стоит отметить, прежде всего, коней. Этот элемент тесно связан со стереотипным восприятием культуры северокавказских народов в целом.

Культурная среда. К данной группе относятся разнообразные элементы туристического образа региона в электронном пространстве: историко-культурные объекты (прежде всего, в городе Нальчик) и городские ландшафты, материальное (например, народные музыкальные инструменты или адыгские циновки) и нематериальное (кавказское гостеприимство) наследие, а также кулинарные традиции (кухня в широком понимании). Встречаются эти элементы сравнительно часто, однако доминируют на страницах крайне редко. Достаточно сложно выделить среди них приоритетные – все они упоминаются примерно одинаково, что, в целом, вполне ожидаемо с учётом разнообразия культурной среды Кабардино-Балкарии.

Туристическая инфраструктура. Эту группы составляют только 3 элемента, а именно гостиницы и прочие коллективные средства размещения, транспорт, а также объекты санаторно-курортной сферы. Первая и последняя группы доминируют на целом ряде Internet-страниц.

Возможное времяпрепровождение. Посетителям Internet-страниц легко прийти к заключению, что на территории Кабардино-Балкарской Республики есть 5 основных возможностей для отдыха: активный отдых, включая приключенческий и экстремальный туризм (прежде всего, катание на горных лыжах и альпинизм), собственно рекреация (в той или иной степени пассивный отдых), познавательный туризм (посещение природных и историко-культурных достопримечательностей в ходе самостоятельных или групповых экскурсий), лечебно-оздоровительные процедуры, а также охота. На некоторых проанализированных страницах информация об одной или нескольких из вышеперечисленных возможностей времяпрепровождения доминирует. Значительное и примерно равное внимание уделяется активному отдыху и лечебно-оздоровительным процедурам, несколько меньшее – экскурсиям и собственно рекреации, и совсем небольшое – охоте. В целом, всё это хорошо согласуется с многопрофильностью туристической индустрии региона.

Сезоны. Важно, что туристический образ Кабардино-Балкарии в электронном пространстве содержит сезонные элементы. Регион изображается и описывается как в зимнее, так и в летнее время, причём соотношение этих двух сезонных элементов примерно равное. Тем не менее, обилие снега в высокогорьях и летом, которое представлено на фотографиях, может создать впечатление, что «зимние» (на самом деле снежные) пейзажи преобладают.

Конкретные объекты. В качестве самостоятельных элементов туристического образа фигурируют часто встречающиеся на Internet-страницах конкретные объекты (широко известные достопримечательности) – прежде всего, природные. Это гора Эльбрус, Голубые озёра, До-

лина Нарзанов, Чегемские водопады, а также город Налчик и посёлок Терскол. К этому же перечню стоит добавить располагающийся на юге региона заповедник. Это действительно важнейшие достопримечательности республики и крупные туристические центры. Изображения и описания Эльбруса доминируют на целом ряде проанализированных Internet-страниц.

Если говорить об элементах туристического образа Кабардино-Балкарской Республики в электронном пространстве в целом, то двумя наиболее распространёнными и часто доминирующими являются горы в целом и Эльбрус в частности. Также значительное количество информации связано с гостиницами, активным отдыхом и лечебно-оздоровительными процедурами.

По результатам контент-анализа можно наметить 7 основных критериев, по которым туристический образ рассматриваемого региона в электронном пространстве может быть оценён количественно. Это природные и историко-культурные ресурсы, гостиничное хозяйство (без учреждений санаторно-курортной сферы), а также активный отдых в горах, рекреация, познавательный туризм и лечебно-оздоровительные услуги. Они соответствуют наиболее важным и рассмотренным выше элементам и их группам. Все Internet-страницы были проанализированы по этим критериям на предмет наличия или отсутствия соответствующей информации.

Как следует из результатов количественного анализа, туристический образ Кабардино-Балкарской Республики в электронном пространстве характеризуется заметной разнородностью (*таблица 2*). В нём доминирует информация о природных ресурсах. Важную роль играют также сведения о познавательном туризме (как правило, развивающемся на основе использования этих же природных ресурсов), лечебно-оздоровительных услугах и активном отдыхе в горах. Сравнительно меньше (хотя всё равно достаточно) внимания уделяется историко-культурным ресурсам и собственно рекреации. Гостиничное хозяйство представлено весьма хорошо, т.к. соответствующая информация встречается почти на половине из проанализированных Internet-страниц. Полученные результаты (*таблица 2*) позволяют сделать два важных вывода. Во-первых, при позиционировании Кабардино-Балкарии в электронном пространстве основной акцент делается на природу (стоит отметить, что речь идёт, прежде всего, о горах), тогда как специфика культурной среды играет второстепенную роль. Во-вторых, данный регион предстаёт обладающим диверсифицированной туристической индустрией и хорошо развитым гостиничным хозяйством. Стоит, однако, обратить внимание на тот факт, что два из основных направлений туристической деятельности (активный отдых в горах и лечебно-оздоровительные услуги) являются специфическими, т.е. могут удовлетворить запросы лишь определённых категорий туристов. Далеко не всех потенциальных посетителей региона интересуют катание на горных лыжах или возможность поправить своё здоровье. Наблюдения за спросом туристов на конкретные виды услуг на Северном Кавказе показывает, что массовым спросом пользуется рекреация в узком смысле.

Обсуждение результатов

Туристический образ региона в электронном пространстве вовсе не обязательно соответствует действительности. Помимо возможной некорректности [9], которая в случае с Кабардино-Балкарией выглядит незначительной, важна неполнота сформировавшегося образа. Для её выявления нужно сопоставить выявленный по результатам комплексной оценки туристический образ (см. выше) с фактическими данными о регионе и состоянии в нём туристической индустрии. В целях подобного

рода анализа использовались литературные данные [1; 2; 3; 5; 8; 10; 11; 12; 14; 15], а также собственные наблюдения авторов в изученном регионе.

Удалось установить следующие проявления неполноты сформировавшегося к настоящему времени туристического образа Кабардино-Балкарской Республики в электронном пространстве. Во-первых, акцент на горах не отражает фактического распределения природных ландшафтов на территории региона, где значительная площадь занята наклонной равниной, покрытой степями. Во-вторых, историко-культурные ресурсы для развития туризма не уступают в республике природным, а, возможно, даже богаче, однако это не находит адекватного отражения при продвижении территории в электронном пространстве. Более того, стоит учитывать сочетание, как минимум, трёх культурных традиций в данном регионе: кабардинской, балкарской и русской. Контент-анализ не выявил адекватного отображения этого сочетания на Internet-страницах, тогда как оно – важнейший ресурс для привлечения туристов. В-третьих, города и посёлки равнины и предгорий (за исключением Нальчика) практически никак не представлены на страницах; это касается и целого ряда населённых пунктов горной части республики. Скажем, село Заюково вполне может привлекать туристов одним тем фактом, что считается самым длинным в стране; в городе Тырныауз есть возможности для индустриального и прочих видов туризма. В-четвёртых, выше уже отмечалось, что сформировавшийся к настоящему времени образ не отвечает массовому спросу туристов на рекреацию. Активное продвижение Кабардино-Балкарии как дестинации специфических видов туризма вполне может сделать её менее привлекательной для многочисленных туристов с другими предпочтениями. В-пятых, на территории республики могут развиваться и уже развиваются и те направления туризма, которые, по сути, никак не отражены в её туристическом образе в электронном пространстве. Речь идёт, в частности, о деловом и экологическом туризме.

Важной проблемой туристического образа является узнаваемость составляющих его элементов. Речь идёт, прежде всего, о тех из них, что относятся к группе конкретных объектов. Фотографии Эльбруса присутствуют на многих Internet-страницах. Однако не всегда сопровождаются подписями. При этом далеко не каждому посетителю страницы знаком внешний вид, очертания этой горы. Более того, не все потенциальные туристы знают о её расположении на территории Кабардино-Балкарии. Это тем более важно с учётом того, что к электронным ресурсам обращаются часто те туристы, которые до этого никогда не были в данном регионе, а потому нуждаются в самой элементарной информации о нём.

Неудачная информационная организация и дизайн Internet-страниц вполне способны негативно повлиять на восприятие туристического образа региона, снижая тем самым его качество. Анализ электронных ресурсов, выбранных в качестве объекта настоящего исследования (таблица 1), позволил обозначить основные проблемы, связанные с их организацией и дизайном. К их числу относятся, во-первых, избыток текстовой информации, что усугубляется в случае использования мелкого шрифта, во-вторых, уже отмеченное выше наличие большого числа фотографий без пояснительных надписей, в-третьих, информационное «перенасыщение» страниц, негативное влияние чего также усиливается в случае недостаточно чёткой расстановки акцентов или полного отсутствия таковых, в-четвёртых, подчас допускаемое смешение гостиниц и санаториев, в-пятых, неудачный выбор цветовой гаммы, затрудняющий восприятие информации, в-шестых, излишне «сухой» (иногда почти что академический) стиль текстовых блоков, отсутствие «эмоциональной

Таблица 1.
Internet-страницы, использованные в целях анализа туристического образа
Кабардино-Балкарской Республики в электронном пространстве

Internet-страница	Направление деятельности
kurortmag.ru/region/russia/kabardino_balkariya_respublika	Справочный портал
kurort.yuga.ru/otdih_kbr	Справочный портал
domotdiha.ru/ru/kabardinobalkarskaya	Справочный портал
tourout.ru/area/kabardinobalkaria.html	Справочный портал
tvil.ru/city/respublika-kabardino-balkariya	Справочный портал
turizm.ngs.ru/kabardinoBalkariaRepublic	Справочный портал
priotur.ru/hotels/kabardino_balkariya	Турфирма
vskazku.com/thread-103-1-1.html	Турфирма
pokurortam.ru/objects/sanatoriums/kabardino-balkariya	Справочный портал
nashikurorty.ru/blog/ushhelya-kabardino-balkarii	Справочный портал
dolina-narzanov-nalchik.ru	Санаторий
nik-tur.ru/tours/vse-krasoty-kabardino-balkarii	Турфирма
viktur.ru/caucasus/kabardino-balkaria/excursions-11243-1020.html	Турфирма
kbr-otdih.ru/	Справочный портал
turey.ru/resort/id/1621-russia-kabardino-balkaria-republic	Справочный портал
excursant.ru/trips/ru/kabardino-balkariya	Справочный портал
na-ozero.ru/Respublika_Kabardino-Balkariya/otdih-na-golubih-ozerah.php	Справочный портал
nart.tiu.ru/g1629925-ekskursii-kabardino-balkarii	Турфирма
rostur.ru/russia/kabardino_balkarskaya	Справочный портал
caucasus-explorer.com/turey-v-kabardino-balkariyu	Турфирма
nebo-tour.ru/mesta-i-goroda/otdyh-v-kabardino-balkarii	Турфирма
rostourunion.ru/komissii_rst/yugnyyi_fo/kabardino-balkariya_respublika.html	Справочный портал
tripadvisor.ru/Tourism-g2324087-Kabardino_Balkar_Republic_North_Caucasian_District-Vacations.html	Справочный портал
s-mayak.ru/articles/art1.php	Санаторий
turbaza.ru/respublika-kabardino-balkarskaja	Справочный портал

Источник: составлено авторами.

Таблица 2.
Содержание туристического образа Кабардино-Балкарской Республики
по результатам контент-анализа

Критерии оценки	Internet-страницы	
	кол-во	%% от числа проанализированных
Природные ресурсы	22	88
Историко-культурные ресурсы	14	56
Гостиничное хозяйство	12	48
Активный отдых в горах (в т.ч. приключенческий и экстремальный туризм)	15	60
Рекреация	14	56
Познавательный туризм (в т.ч. экскурсионная деятельность)	17	68
Лечебно-оздоровительные услуги (в т.ч. санаторно-курортная деятельность)	16	64

Источник: составлено авторами.

окраски» страницы в целом. Однако наравне с этим имеют место и весьма удачные дизайнерские решения, которые, напротив, способствуют успешному продвижению туристического образа республики.

Можно обозначить две причины вышеперечисленных проблем. Первая из них – явное отсутствие единого подхода к пониманию целей, задач и самих возможностей туризма в Кабардино-Балкарской Республике. Второй причиной стоит признать недостаточность профессионального подхода к созданию электронных ресурсов. Представляется, что решение этих проблем возможно при координации соответствующих усилий административными органами, отвечающими за развитие туризма в данном регионе, а также профессиональными объединениями работников туристической индустрии (см. также [16]). От них требуется, во-первых, выявление всего комплекса проблем, касающегося формирования туристического образа Кабардино-Балкарской Республики в электронном пространстве, во-вторых, определение требуемого туристического образа региона и разработка принципов его формирования и, в-третьих, создание механизмов, позволяющих формировать и продвигать этот образ отдельными организациями – владельцами Internet-страниц. Здесь важно отметить, что часть электронных ресурсов, являющихся важными источниками информации для формирования образа, администрируется за пределами республики. Повлиять на владеющие ими организации возможно, например, путём массового создания конкурентоспособных справочных порталов и отдельных страниц в самой Кабардино-Балкарии, а также за счёт разработки простых, но существенных требований к отображению информации о регионе всеми заинтересованными в этом организациями. Кроме того, республиканские органы или профессиональные объединения могут выдвигать инициативы по оптимизации туристических образов регионов на общероссийском уровне.

Заключение

Комплексная оценка туристического образа Кабардино-Балкарской Республики в электронном пространстве позволяет сделать сле-

дующие общие выводы. Во-первых, этот образ состоит из самых разнообразных элементов. Во-вторых, для него характерно преобладание элементов, связанных с природными ресурсами региона и, прежде всего, его горной части. В-третьих, сформировавшийся туристический образ характеризуется некоторой неполнотой, проблемами с узнаваемостью объектов, а также подверженностью негативному влиянию информационной организации и дизайна Internet-страниц.

При выполнении исследования, результаты которого представлены в настоящей работе, была апробирована методика, которая вполне может использоваться и для прочих регионов России. При этой важной задаче для последующих исследований подобного рода является установление чётких критериев для выбора Internet-страниц, используемых для комплексной оценки туристического образа региона в электронном пространстве.



Литература

1. Бурдева А.И., Мустафаева З.А., Абазова Т.А. Развитие внутреннего туризма – основополагающая база развития международного туризма в Кабардино-Балкарской Республике // *Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд*. 2014. № 26. С. 45–49.
2. Галачиева Л.А. Туристско-экскурсионная инфраструктура Кабардино-Балкарии // *Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы*. 2012. № 1. С. 309–311.
3. Гладкий Ю.П., Чистобаев А.И. Регионоведение. М., Гардарики, 2002. 382 с.
4. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий. М., Академия, 2004. 224 с.
5. Зайлов А.С., Такбаев А.А. Предпосылки формирования конкурентных преимуществ экономики региона (на примере Кабардино-Балкарии) // *Актуальные вопросы экономических наук*. 2009. № 7. С. 74–79.
6. Замятин Д.Н. Метагеография: пространство образов и образы пространства. М., Аграф, 2004. 512 с.
7. Замятина Н.Ю. Изучение образов в географии и образ страны в туризме // *Современные туристско-рекреационные исследования (российский и зарубежный опыт)*. М., Советский спорт, 2008. С. 376–390.
8. Кудашева Н.З. Проблемы и перспективы развития туризма в Кабардино-Балкарской Республике // *Стратегия устойчивого развития регионов России*. 2010. № 2. С. 185–189.
9. Паникарская Н.И., Стаценко А.А., Рубан Д.А. Туристический образ региона в сетевом пространстве: проблема качества информации // *Ойкумена. Регионоведческие исследования*. 2015. № 1. С. 80–92.
10. Подъяпольский Г.Н. Достопримечательные места Кабардино-Балкарии. Нальчик, Эльбрус, 1977. 168 с.
11. Раковская Э.М. Физическая география России. Т. 2. М., Академия, 2013. 256 с.
12. Темираев В.Х., Сокурова Л.В., Баева А.А., Тедтова В.В., Витюк Л.А., Баева З.Т. Приоритетная роль развития сферы услуг в туристско-рекреационном секторе экономики Республики Кабардино-Балкария // *Известия Горского государственного аграрного университета*. 2013. Т. 50. № 4–4. С. 242–244.

13. Титков А.С. Образы регионов в российском массовом сознании // Политические исследования. 2010. № 3. С. 61–67.
14. Чеченов А.А., Калов З.А. Инвестиционная емкость и привлекательность Кабардино-Балкарии // Terra Economicus. 2005. Т. 3. № 1. С. 136–143.
15. Щекунцова О.С., Рубан Д.А. Развитие туристической индустрии Кабардино-Балкарской Республики: проблема научного обоснования // Проблемы туризмовеждения. Ростов-на-Дону, Изд-во ЮФУ, 2015. С. 404–406.
16. Щекунцова О.С., Рубан Д.А. Роль природных объектов в формировании туристического образа Кабардино-Балкарской Республики в электронном пространстве // Проблемы природоохранной организации ландшафтов. Новочеркасск, Лик, 2015. С. 281–286.
17. Щекунцова О.С., Смотрова И.А., Рубан Д.А. Сетевые технологии в развитии регионального туризма // Вестник ТИСБИ. 2015. № 3. С. 161–168.
18. Gallarza M.G., Gil-Saura I., Calderon Garcia H. Destination image: Towards a Conceptual Framework // Annals of Tourism Research. 2002. V. 29. P. 56–78.
19. Lo I.S., McKercher B., Lo A., Cheung C., Law R. Tourism and online photography // Tourism Management. 2011. V. 32. P. 725–731.
20. Mano A., da Costa R.A. A Conceptual Model of the Antecedents and Consequences of Tourist Destination Image // Procedia Economics and Finance. 2015. V.23. P. 15–22.
21. Rodriguez-Molina M.A., Frias-Jamilena D.M., Castaneda-Garcia J.A. The contribution of website design to the generation of tourist destination image: The moderating effect of involvement // Tourism Management. 2015. V. 47. P. 303–317.

Транслитерация по ГОСТ 7.79–2000 Система Б

1. Burdeva A.I., Mustafaeva Z.A., Abazova T.A. Razvitie vnutrennego turizma – osnovopolagayushhaya baza razvitiya mezhdunarodnogo turizma v Kabardino-Balkarskoj Respublike // Sovremennye tendentsii v ehkonomike i upravlenii: novyj vzglyad. 2014. № 26. S. 45–49.
2. Galachieva L.A. Turistsko-ehkskursionnaya infrastruktura Kabardino-Balkarii // Kurortno-rekreatsionnyj kompleks v sisteme regional'nogo razvitiya: innovatsionnye podkhody. 2012. № 1. S. 309–311.
3. Gladkij Yu.P., CHistobaev A.I. Regionovedenie. M., Gardariki, 2002. 382 s.
4. Dzhandzhugazova E.A. Marketing turistskikh territorij. M., Akademiya, 2004. 224 s.
5. Zajlov A.S., Takbaev A.A. Predposylki formirovaniya konkurentnykh preimushhestv ehkonomiki regiona (na primere Kabardino-Balkarii) // Aktual'nye voprosy ehkonomicheskikh nauk. 2009. № 7. S. 74–79.
6. Zamyatin D.N. Metageografiya: prostranstvo obrazov i obrazy prostranstva. M., Agraf, 2004. 512 s.
7. Zamyatina N.Yu. Izuchenie obrazov v geografii i obraz strany v turizme // Sovremennye turistsko-rekreatsionnye issledovaniya (rossijskij i zarubezhnyj opyt). M., Sovetskij sport, 2008. S. 376–390.
8. Kudasheva N.Z. Problemy i perspektivy razvitiya turizma v Kabardino-Balkarskoj Respublike // Strategiya ustojchivogo razvitiya regionov Rossii. 2010. № 2. S. 185–189.
9. Panikarskaya N.I., Statsenko A.A., Ruban D.A. Turisticheskij obraz regiona v setevom prostranstve: problema kachestva informatsii // Ojkumena. Regionovedcheskie issledovaniya. 2015. № 1. S. 80–92.
10. Pod'yapol'skij G.N. Dostoprimechatel'nye mesta Kabardino-Balkarii. Nal'chik, EHI'brus, 1977. 168 s.
11. Rakovskaya E.H.M. Fizicheskaya geografiya Rossii. T. 2. M., Akademiya, 2013. 256 s.
12. Temiraev V.KH., Sokurova L.V., Baeva A.A., Tedtova V.V., Vityuk L.A., Baeva Z.T. Prioritetnaya rol' razvitiya sfery uslug v turistsko-rekreatsionnom

sektore ehkonomiki Respubliki Kabardino-Balkariya // Izvestiya Gorskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. 2013. T. 50. № 4–4. S. 242–244.

13. Titkov A.S. Obrazy regionov v rossijskom massovom soznanii // Politicheskie issledovaniya. 2010. № 3. S. 61–67.

14. CHEchenov A.A., Kalov Z.A. Investitsionnaya emkost' i privlekatel'nost' Kabardino-Balkarii // Terra Economicus. 2005. T. 3. № 1. S. 136–143.

15. SHHekuntsova O.S., Ruban D.A. Razvitie turisticheckoj industrii Kabardino-Balkarskoj Respubliki: problema nauchnogo obosnovaniya // Problemy turizmovedeniya. Rostov-na-Donu, Izd-vo YUFU, 2015. S. 404–406.

16. SHHekuntsova O.S., Ruban D.A. Rol' prirodnykh ob"ektov v formirovanii turisticheckogo obraza Kabardino-Balkarskoj Respubliki v ehlektronnom prostranstve // Problemy prirodookhrannoj organizatsii landshaftov. Novocherkassk, Lik, 2015. S. 281–286.

17. SHHekuntsova O.S., Smotrova I.A., Ruban D.A. Setevye tekhnologii v razvitanii regional'nogo turizma // Vestnik TISBI. 2015. № 3. S. 161–168.

18. Gallarza M.G., Gil-Saura I., Calderon Garcia H. Destination image: Towards a Conceptual Framework // Annals of Tourism Research. 2002. V. 29. P. 56–78.

19. Lo I.S., McKercher B., Lo A., Cheung C., Law R. Tourism and online photography // Tourism Management. 2011. V. 32. P. 725–731.

20. Mano A., da Costa R.A. A Conceptual Model of the Antecedents and Consequences of Tourist Destination Image // Procedia Economics and Finance. 2015. V.23. P. 15–22.

21. Rodriguez-Molina M.A., Frias-Jamilena D.M., Castaneda-Garcia J.A. The contribution of website design to the generation of tourist destination image: The moderating effect of involvement // Tourism Management. 2015. V. 47. P. 303–317.