

Научная статья

УДК 338.48

doi: 10.47576/2949-1894\_2023\_1\_182

## ДРАЙВЕРЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

**Жерукова Аксана Борисовна**

*Кабардино-Балкарский государственный университет имени Х. М. Бербекова,  
Нальчик, Россия, zherukova65@mail.ru*

**Теммоева Зарият Ибрагимовна**

*Кабардино-Балкарский государственный университет имени Х. М. Бербекова,  
Нальчик, Россия, zarit@mail.ru*

**Кулюшина Наталья Евгеньевна**

*Кабардино-Балкарский государственный университет имени Х. М. Бербекова,  
Нальчик, Россия, nata961521@gmail.com*

**Бекалдиева Залина Султановна,**

*Кабардино-Балкарский государственный университет имени Х. М. Бербекова,  
Нальчик, Россия, zalia-777@yandex.ru*

**А н н о т а ц и я .** В статье представлена характеристика драйверов цифровой трансформации в сфере туризма и гостеприимства с точки зрения их локализации. Предложена система важнейших цифровых решений и условий активизации трансформационных процессов. Указано, что эффективное использование драйверов цифровой трансформации способствует развитию инновационного туристического пространства, формированию конкурентоспособного турпродукта, интеграции кросс-функциональных взаимодействий всех заинтересованных сторон. Аргументирована целесообразность создания туристской экосистемы на основе обеспечения доступности платформенных решений широкому кругу участников туристического рынка.

**К л ю ч е в ы е с л о в а :** цифровизация; индустрия туризма и гостеприимства; драйверы цифровой трансформации; цифровые решения.

**Д л я ц и т и р о в а н и я :** Жерукова А. Б., Теммоева З. И., Кулюшина Н. Е., Бекалдиева З. С. Драйверы цифровой трансформации индустрии туризма и гостеприимства // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. – 2023. – № 1. – С. 182–189. [https://doi.org/10.47576/2949-1894\\_2023\\_1\\_182](https://doi.org/10.47576/2949-1894_2023_1_182).

Original article

## DRIVERS OF DIGITAL TRANSFORMATION OF THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY

**Zherukova Aksana B.**

*Kabardino-Balkarian State University named after H.M. Berbekov, Nalchik, Russia,  
swetasoz@mail.ru*

**Temmoeva Zariyat I.**

*Kabardino-Balkarian State University named after H.M. Berbekov, Nalchik, Russia,  
zarit@mail.ru*

**Kulyushina Natalya E.**

*Kabardino-Balkarian State University named after H.M. Berbekov, Nalchik, Russia,  
nata961521@gmail.com*

**Bekaldieva Zalina S.**

*Kabardino-Balkarian State University named after H.M. Berbekov, Nalchik, Russia,  
zalia-777@yandex.ru*

**A n n o t a t i o n .** The article presents the characteristics of the drivers of digital transformation of the tourism and hospitality industry in terms of their localization. A system of the most important digital solutions and conditions for the activation of transformational processes is proposed. It is indicated that the effective use of digital transformation drivers contributes to the development of an innovative tourism space, the formation of a competitive tourism product, and the integration of cross-functional interactions of all stakeholders. The expediency of creating a tourism ecosystem based on ensuring the availability of platform solutions to a wide range of participants in the tourism market is argued.

**K e y w o r d s :** digitalization; tourism and hospitality industry; digital transformation drivers; digital solutions.

**F o r c i t a t i o n :** Zherukova A. B., Temmoeva Z. I., Kulyushina N. E., Bekaldieva Z. S. Drivers of digital transformation of the tourism and hospitality industry. *Innovative economy: information, analysis, prognoses*, 2023, no. 1, pp. 182–189. [https://doi.org/10.47576/2949-1894\\_2023\\_1\\_182](https://doi.org/10.47576/2949-1894_2023_1_182).

В настоящее время цифровые решения, информационно-коммуникационные технологии стали глобальными трендами в сфере туризма и гостеприимства, многие государства наращивают их внедрение в воспроизводственные процессы с целью повышения социальной, экономической, экологической эффективности использования туристско-рекреационного потенциала.

Для современной России доступность многих инновационно-технологических решений оказалась существенно ограниченной, не исключение и индустрии туризма и гостеприимства. В Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. отмечается важность комплексного развития внутреннего и въездного туризма при помощи формирования инновационного цифрового пространства или информационно-коммуникационной среды для повышения результативности кросс-функционального взаимодействия производителей и потребителей туристических услуг, а также повышения привлекательности и доступности туристических возможностей дестинаций [1].

Многими исследователями цифровые сервисы рассматриваются в качестве востребованного инструмента, сопровождающего потребителей туристических услуг на разных этапах их производства, продвижения и потребления [4; 10; 13] и др. По мнению С. Туменовой, Ф. Мамбетовой, С. Кирилло-

вой, цифровая трансформация предполагает вовлечение в хозяйственную деятельность новых источников и ресурсов, будь то материальных, людских, информационных и иных, способных обеспечить долгосрочную конкурентоспособность предприятий, формирующих туристическое предложение и продвижение турпродуктов на потребительский рынок [5; 8].

Следует вместе с тем отметить, что многие аспекты цифровой трансформации бизнес-процессов в индустрии туризма и гостеприимства остаются недостаточно исследованными, недооценен научно-прикладной потенциал и масштабы сетевых взаимодействий комплементарных участников туристического рынка.

Учитывая высокий уровень неопределенности современной динамики туристического рынка, обусловленный сложной геоэкономической и геополитической ситуацией, введением множества ограничительных мер при необходимости преодоления кризисных явлений, порожденных пандемией COVID-19, следует отметить, что проблема формирования и внедрения собственных российских цифровых решений и технологий в туристической индустрии приобретает особую актуальность.

Целью работы явилось исследование движущих сил цифровизации предприятий индустрии туризма и гостеприимства, а также классификация драйверов цифровой транс-

формации и определение условий активизации их использования в отечественном туристическом и гостиничном бизнесе.

Нами цифровая трансформация индустрии туризма и гостеприимства будет пониматься как переход от традиционных методов ведения хозяйственной деятельности к инновационным, основанным на использовании информационно-коммуникационных технологий, преобразовании бизнеса в цифровую форму с целью получения и/или удержания конкурентных преимуществ [4]. Соответственно драйверы цифровой трансформации будут интерпретироваться как движущие силы, способствующие реализации указанных изменений и преобразований.

Последние десятилетия характеризуются значительным влиянием цифровизации на процесс обеспечения стратегической устойчивости и конкурентоспособности предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

Цифровая трансформация данных предприятий состоит не только в использовании цифровых, информационных, коммуникационных технологий, но и возникновении целого комплекса новых связей и отношений, опосредованных их применением. В частности, речь идет о масштабных изменениях, вызванных внедрением интеллектуальных систем, которые, способствуя сближению физического и цифрового миров, сопровождаются формированием принципиально новых бизнес-моделей на всех иерархических уровнях [9]. Динамично развивающемуся процессу цифровизации при этом отводится роль наиболее важного фактора трансформации туристической отрасли и индустрии гостеприимства и главного стратегического направления деятельности, значение которого в перспективе будет только расти, что подтверждается динамикой показателей, представленных на рис. 1.

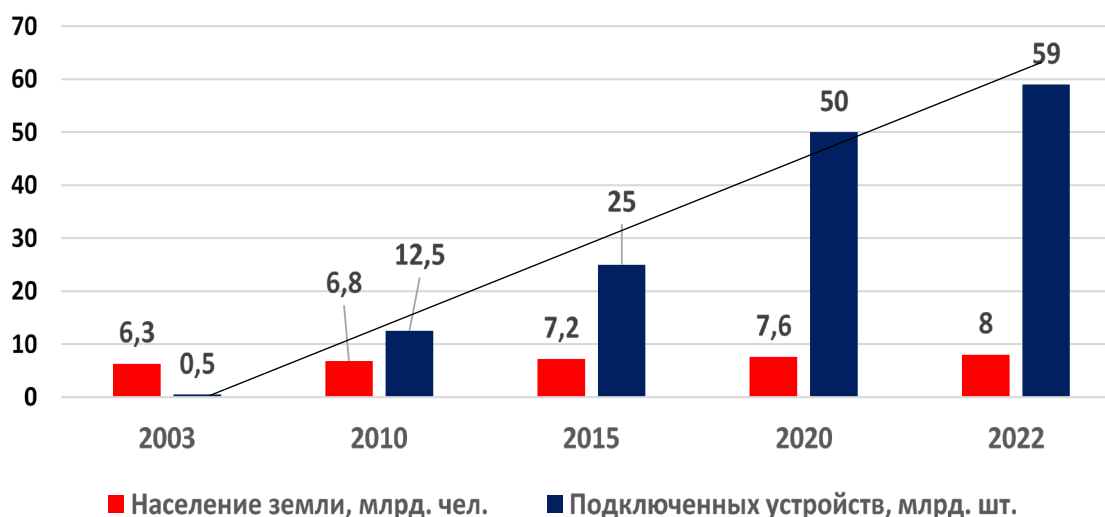


Рисунок 1 – Динамика показателей подключенных устройств в мире (источник: <https://spbit.ru/analytics/>)

Современный турбизнес претерпевает кардинальные изменения, и уже сегодня можно утверждать о высокой зависимости туристического спроса от множества факторов: информационных, инфраструктурных, инновационных технологических и иных, способствующих формированию нового социально-культурного явления «смарт-турист». Умному туристу свойственны новые навыки (например, применение интеллектуальных цифровых платформ, сервисов и технологий) и модели потребления (предпочтение персонализированных услуг, уход от массового

туризма, тесная связь цифровыми решениями). По оценкам ряда экспертов, около 80 % современных потенциальных путешественников готовятся к поездке, используя онлайн сервисы по бронированию гостиниц, аренде жилья, трансферу, предложениям туроператоров, экскурсионных бюро, музеев и др. [3].

В целом использование цифровых каналов способствует развитию инновационного туристического пространства, повышению качества оказываемых услуг, а также облегчает взаимодействие всех заинтересованных сторон (производителей турпродукта,

потребителей, различных стейкхолдеров, широкую общественность), то есть выступают в качестве фактора динамизации экономического роста и устойчивого развития туристических дестинаций [11].

Для понимания эффектов цифровизации индустрии туризма и гостеприимства важно определение основных направлений цифровой трансформации, характеризующих ее наиболее важные свойства (табл. 1).

Воздействие представленных в табл. 1 основных направлений цифровизации может варьироваться в зависимости от возможности их комбинирования и дополнения друг друга. Для того чтобы в полной мере использовать преобразующие возможности цифровых технологий, следует определить тенденции и механизмы, имеющие наибольший потенциал экономического воздействия.

Таблица 1 – Основные направления цифровой трансформации туристического пространства [12–15]

Направление	Характеристика
Масштаб без массы	Низкая предельная стоимость многих цифровых продуктов позволяет компаниям быстрее и проще масштабироваться, чем при использовании физических продуктов при сравнительно меньших инвестициях в материальные активы и сокращении числа сотрудников
Панорамный охват	Цифровизация функций снижает препятствия на пути к расширению сферы охвата за счет возможности объединения, обработки и интеграции цифровых ресурсов внутри различных продуктов и между ними, а также на глобальном уровне
Скорость: временная и интертемпоральная динамика	Использование цифровых технологий ускоряет взаимодействие, создавая экономические и социальные возможности, а также приводит к сбоям и повышает ценность прошлой информации, делая ее более доступной и многократно используемой
Нематериальный капитал и новые формы создания стоимости	Потоки данных и онлайн-платформы используются для развития сервисного потенциала инвестиционных товаров, например, реактивных двигателей, тракторов, компьютеров, домов или автомобилей, а также для создания стоимости, которая отделяется от любого конкретного места
Трансформация пространства	Возможность перемещения нематериальной цифровой стоимости через Интернет подрывает традиционные ограничения в отношении местоположения, расстояния и юрисдикции и меняет роль пространства, используемого для производства, торговли и потребления
Платформы и экосистемы	Цифровое посредничество, например, социальных сетях, распространении контента, часто приводит к централизации потоков, доступу к данным и контролю над ними, что, в свою очередь, может стать стратегическим активом и конкурентным преимуществом

Следует отметить, что цифровая трансформация зачастую инициируется заинтересованными сторонами, преследующими собственные цели, мотивы и соответствующие им драйверы (движущие силы). С одной стороны, драйверы цифровой трансформации могут быть связаны с интересами самого предприятия и локализоваться внутри организации, с другой – отнесены к воздействию

факторов внешней среды. Иными словами, движущие силы цифровой трансформации туристической индустрии можно разделить условно на две категории: внутренние (драйверы как мотивы) и внешние (драйверы как стимулы).

В табл. 2 приведена классификация движущих сил цифровой трансформации туристического бизнеса по данным категориям.

Таблица 2 – Драйверы цифровой трансформации туристического бизнеса [2; 6; 7; 10]

Стимул / Мотив	Драйвер
Мотив (внутреннее желание)	Повысить эффективность Лучшее партнерское сотрудничество Цепочка создания стоимости Стратегия цифровой трансформации Развитие поведения и предпочтений клиентов и сотрудников Снижение затрат Оптимизация бизнес-процессов Улучшение рабочего места Повышение гибкости бизнеса Новый рост доходов Сервитизация товаров

Стимул (внешнее воздействие)	Конкурентное давление Цифровые технологии Цифровые возможности Бизнес-модели Новые стандарты в области регулирования и соответствия Проактивные инвестиции для борьбы с нарушениями Клиенты Цепочка поставок Инновационный толчок Подрывные конкуренты из других отраслей Растущее «цифровое поколение» Прозрачность и открытость информации Новые модели взаимодействия Цифровые платформы
---------------------------------	---

Анализ показателей, представленных в табл. 2, свидетельствует о том, что внутренних драйверов цифровой трансформации чуть меньше, чем внешних. При этом в числе особо значимых внешних факторов цифровизации турбизнеса целесообразно выделить цифровые платформы и технологии и их доступность растущему цифровому поколению, а также конкурентное давление.

Таким образом, можно заключить, что процесс цифровой трансформации в туриндустрии в большей мере подвержен влиянию внешней рыночной среды, а именно запросов потребителей и контрагентов, давлению конкурентов и прочих заинтересованных сторон. Необходимо также учитывать и актуальные тренды современной динамики туристического рынка. Вследствие присутствия значительного количества внутренних мотивов и внешних стимулов возникает необходимость учета интересов всех стейкхолдеров реорга-

низации турбизнеса и интеграции их влияния на основе цифровых решений.

В данном контексте целесообразность формирования туристской экосистемы, способной увязать все заинтересованные стороны на онлайн-платформах, существенно возрастает. На базе платформенных решений, а также за счет обеспечения их доступности, возможны разработка и предложение различных сервисов, мобильных приложений, цифровых инструментов и технологий, облегчающих коммуникационные и координационные процессы развития системы формирования и реализации национального турпродукта [7].

Проведенное исследование позволило систематизировать и представить характеристику наиболее важных условий стимулирования цифровых преобразований в индустрии туризма и гостеприимства (табл. 3).

Таблица 3 – Характеристика условий цифровой трансформации туриндустрии

Условие	Характеристика
Создание туристского маркетплейса	Централизация усилий по продвижению услуг отечественной индустрии туризма и гостеприимства
Развитие мультязычных сервисов	Внедрение мультязычных сервисов помощи туристам, включая информационные сервисы, сервисы навигации и самообслуживания, с целью повышения доступности, качества и привлекательности туристских услуг, роста эффективности использования туристских ресурсов
Разработка электронной туристской карты	Реализация электронной туристской карты гостя и аналогичного мобильного приложения в городах и субъектах Российской Федерации (аналог международных карт и приложений для мобильных устройств, позволяющих туристу перемещаться общественными видами транспорта, узнавать о культурных мероприятиях и событиях, пользоваться скидками при посещении объектов туристского показа, а также предоставляющих другие льготы)
Создание электронной системы оценки качества предлагаемых туристских и гостиничных услуг	Предоставление электронной системы оценки качества предлагаемых туристских и гостиничных услуг, создание рейтинга туристских услуг и объектов по туристским территориям Российской Федерации
Развитие технологий виртуальной и дополненной реальности	Обеспечение возможности ознакомления с культурными и природными достопримечательностями, экспозициями музеев, туристскими маршрутами в онлайн-режиме с использованием технологий визуализации, виртуальных экскурсий, технологий дополненной реальности и др.



Формирование системы навигации	создание и развитие сервисов дополненной реальности для навигации по городам и объектам показа (музеям, выставочным центрам, художественным галереям и др.) для повышения привлекательности туристских объектов и эффективности использования туристских ресурсов
Создание условий для диффузии инноваций индустрии туризма и гостеприимства	развитие системы открытых данных в сфере туризма для повышения прозрачности работы организаций и системы управления отраслью, создания условий для развития новых видов туристских услуг;

Следует отметить, что цифровые преобразования должны реализовываться на всех этапах процесса производства и продвижения туристско-рекреационных услуг. При недооценке уровня важности реализации цифровых решений в современных условиях, высока вероятность ослабления конкурентных позиций как предприятий сферы туризма и гостиничного хозяйства, так и экономики в целом.

Таким образом, для использования в практической деятельности предприятий туристской индустрии и гостеприимства потенциальных преимуществ цифровизации важно своевременное и постоянное исследование движущих сил цифровой трансформации, поскольку их роль как явления, затрагивающего почти все виды деятельности, в перспективе будет только расти.

В работе представлена характеристика драйверов цифровой трансформации с точки зрения их возникновения как внутрен-

них драйверов-мотивов и внешних драйверов-стимулов. Также предложена система важнейших цифровых решений и условий активизации трансформационных процессов в сфере туризма и гостеприимства, направленных на их интенсификацию, в числе которых разработка мультимедийных приложений и сервисов, формирование системы навигации, создание условий для диффузии туристических инноваций, развитие технологий виртуальной и дополненной реальности и ряд других.

Указано, что эффективное использование драйверов цифровой трансформации способствует развитию инновационного туристического пространства, повышению качества оказываемых услуг, а также облегчает взаимодействие всех заинтересованных сторон, иными словами, выступает в качестве фактора устойчивого роста и развития предприятий туристской индустрии и гостеприимства.

### Список источников

1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. URL: <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda/> (дата обращения: 11.01.2023).
2. Федеральные проекты национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». URL: <https://национальныепроекты.рф/projects/turizm> (дата обращения: 21.01.2023).
3. World Transformed: Megatrends and Their Implications for Travel & Tourism. World Travel & Tourism Council. URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2019/World%20Transformed-Megatrends%20and%20their%20Implications%20for%20Travel%20and%20Tourism-Jan%202019.pdf?ver=2021-02-25-182733-437> (дата обращения: 23.01.2023).
4. Жерукова А. Б. Развитие туристической индустрии в условиях цифровизации // Прорывное развитие экономики России: условия, инструменты, эффекты, Нальчик, 11–13 октября 2018 года. Т. 1. Ч. 2. Нальчик : Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова, 2018. С. 54-60.
5. Кириллова С. А. Цифровая трансформация туризма: тренды, задачи, способы решения // Известия Уфимского научного центра РАН. 2020. № 3. С. 75-81.
6. Овчаренко Л. А., Лебезова Э. М. Цифровизация как новая парадигма управления развитием туризма // Электронный научный журнал «Век качества». 2021. № 4. С. 106-126.
7. Туменова С. А. IT-сектор: типология и классификация мобильных сервисов для туристов // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2018. № 6-3(86). С. 152-156.
8. Туменова С. А. Информационные технологии как фактор динамики маркетингового инструментария в сфере рекреации // Информационно-телекоммуникационные системы и технологии: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Кемерово, 12–13 октября 2017 года. Кемерово : Кузбасский государственный технический университет им. Т.Ф. Горбачева, 2017. С. 302-304.
9. Туменова С. А. Технологии виртуальной и дополненной реальности в туризме // Модели мышления и интеграция информационно-управляющих систем (ММИИУС-2018): материалы второй Международной научной

конференции, посвященной 25-летию юбилею Кабардино-Балкарского научного центра Российской академии наук, Нальчик, 4–9 декабря 2018 г. Нальчик : КБНЦ РАН, 2018. С. 298-301.

10. Туменова С. А., Мамбетова Ф. А. Управление цифровой трансформацией экономики: максимизация эффектов // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2020. № 3(95). С. 92-97.

11. Туменова С. А., Пшигошева А. Ю. Цифровизация туристического пространства как новая форма коммуникативного взаимодействия // Национальные экономические системы в контексте формирования цифровой экономики : материалы международной научно-практической конференции, Нальчик, 2–3 октября 2019 г. Нальчик: Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет имени В. М. Кокова, 2019. С. 601-606.

12. Хитиева А. Ж., Маздогова З. З. Направления использования цифровых технологий в развитии общественных отношений // Индустриальная экономика. 2022. Т. 8, № 5. С. 742-745.

13. Dredge D. et al. Digitalisation in Tourism: In-depth analysis of challenges and opportunities. Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME), European Commission. 2019.

14. Hrustek L., Pihir I. Influence of digital transformation drivers on business model creation. 42 nd International Convention on Information and Communication Technology, Electronics and Microelectronics (MIPRO). 2019. Pp. 1304–1308.

15. The Impact of Technology on Tourism. Tourism and the Digital Transformation. World TravelDay & Innovation. URL: <http://wtd.unwto.org/content/wtd-2019-technology-tourism> (дата обращения: 23.01.2023).

## References

1. *Strategy of tourism development in the Russian Federation for the period up to 2035*. URL: <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda/> (accessed: 11.01.2023).

2. *Federal projects of the national project "Tourism and the hospitality industry"*. URL: <https://национальныепроекты.рф/projects/turizm> (accessed: 21.01.2023).

3. *The Transformed world: megatrends and their consequences for travel and tourism*. World Travel and Tourism Council. URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2019/World%20Transformed-Megatrends%20and%20their%20Implications%20for%20Travel%20and%20Tourism-Jan%202019.pdf?ver=2021-02-25-182733-437> (accessed: 23.01.2023).

4. Zherukova A. B. *Development of the tourism industry in the conditions of digitalization. Breakthrough development of the Russian economy: conditions, tools, effects, Nalchik, October 11-13, 2018. Vol. 1. Part 2*. Nalchik: Kabardino-Balkarian State University named after H.M. Berbekov, 2018. Pp. 54-60.

5. Kirillova S. A. Digital transformation of tourism: trends, challenges, solutions. *Proceedings of the Ufa Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*. 2020. No. 3. Pp. 75-81.

6. Ovcharenko L. A., Lebezova E. M. Digitalization as a new paradigm of tourism development management. *Electronic scientific journal "Century of quality"*. 2021. No. 4. Pp. 106-126.

7. With Tumenova. A. IT sector: typology and classification of mobile services for tourists. *Izvestiya Kabardino-Balkarian Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*. 2018. No. 6-3(86). Pp. 152-156.

8. Tumenova S. A. Information technologies as a factor of dynamics of marketing tools in the field of recreation. *Information and telecommunication systems and technologies: materials of the All-Russian Scientific and practical conference, Kemerovo, October 12-13, 2017*. Kemerovo: Kuzbass State Technical University named after T.F. Gorbachev, 2017. Pp. 302-304.

9. Tumenova S. A. Technologies of virtual and augmented reality in tourism. *Models of thinking and integration of information and control systems (MMIUS-2018): materials of the second International Scientific Conference dedicated to the 25th anniversary of the Kabardino-Balkarian Scientific Center of the Russian Academy of Sciences, Nalchik, December 4-9, 2018* Nalchik : KBSC RAS, 2018. Pp. 298-301.

10. Tumenova S. A., Mambetova F. A. Managing the digital transformation of the economy: maximizing effects. *Izvestiya Kabardino-Balkarian Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*. 2020. No. 3(95). Pp. 92-97.

11. Tumenova S. A., Pshigosheva A. Yu. Digitalization of tourist space as a new form of communicative interaction. *National economic systems in the context of digital economy formation: materials of the international scientific and practical conference, Nalchik, October 2-3, 2019*. Nalchik: Kabardino-Balkarian State Agrarian University named after V. M. Kokov, 2019. Pp. 601-606.

12. Khitiyeva A. Zh., Mazdogova Z. Z. Directions of using digital technologies in the development of public relations. *Industrial Economy*. 2022. Vol. 8, No. 5. Pp. 742-745.

13. Drudge D. et al. Digitalization in tourism: in-depth analysis of problems and opportunities. *Executive Agency for Small and Medium-Sized Enterprises (EASME)*, European Commission. 2019.

14. Khrustek L., Pihir I. The influence of digital transformation factors on the creation of a business model. 42nd International Convention on Information and Communication Technologies, *Electronics and Microelectronics (MIPRO)*. 2019. Pp. 1304-1308.

15. *The impact of technology on tourism. Tourism and digital transformation. World Travel and Innovation Day*. URL: <http://wtd.unwto.org/content/wtd-2019-technology-tourism> (accessed: 23.01.2023).

### Сведения об авторах

ЖЕРУКОВА АКСАНА БОРИСОВНА – доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и менеджмента в туризме, Кабардино-Балкарский государственный университет имени Х. М. Бербекова, Нальчик, Россия, zherukova65@mail.ru

ТЕММОЕВА ЗАРИЯТ ИБРАГИМОВНА – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента в туризме, Кабардино-Балкарский государственный университет имени Х. М. Бербекова, Нальчик, Россия, zarit@mail.ru

КУЛЮШИНА НАТАЛЬЯ ЕВГЕНЬЕВНА – старший преподаватель кафедры экономики и менеджмента в туризме, Кабардино-Балкарский государственный университет имени Х. М. Бербекова, Нальчик, Россия, nata961521@gmail.com

БЕКАЛДИЕВА ЗАЛИНА СУЛТАНОВНА – старший преподаватель кафедры экономики и менеджмента в туризме, Кабардино-Балкарский государственный университет имени Х. М. Бербекова, Нальчик, Россия, zalia-777@yandex.ru

### Information about the authors

ZHERUKOVA AKSANA B. – Doctor of Economics, Professor of the Department of Economics and Management in Tourism, Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov, Nalchik, Russia, zherukova65@mail.ru

ТЕММОЕВА ЗАРИЯТ И. – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Management in Tourism, Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov, Nalchik, Russia, zarit@mail.ru

KULYUSHINA NATALIA E. – Senior Lecturer of the Department of Economics and Management in Tourism, Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov, Nalchik, Russia, nata961521@gmail.com

BEKALDIEVA ZALINA S. – Senior Lecturer of the Department of Economics and Management in Tourism, Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov, Nalchik, Russia, zalia-777@yandex.ru