

УДК 339.5

БРЕНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ

Иволга Анна Григорьевна
Шахраманян Ирина Дмитриевна

Ставропольский государственный аграрный университет
355017, г. Ставрополь, пер. Зоотехнический, 12
Российская Федерация

Ставропольский край располагает потенциалом для развития сельского туризма. Сельский туризм предлагает уникальное решение, которое обеспечит рабочие места, стабильно высокие доходы населения и сохранит в неприкосновенности природу региона. Анализ состояния развития сельского в Ставропольском крае показал, что регион обладает колоссальными ресурсами для сельского туризма, но они используются с низкой степенью эффективности. Исследование завершено внесением предложений по формированию бренда региона за счет реализации рекреационного потенциала и развития сельского туризма. В статье справедливо обосновано, что данная сфера наряду с сельским хозяйством является системообразующей для экономики Ставропольского края, и усиление экономической активности в туризме окажет заметное позитивное влияние и на другие сектора региональной экономики.

Ключевые слова: сельский туризм, туристские ресурсы, брендинг сельской местности, бренд региона

Введение

В целях формирования привлекательного для широкой аудитории брендинга территории необходимо четко определить приоритетные направления регионального развития, идентифицировать своеобразные «точки роста», оптимальные организационно-экономические решения, которые сыграли бы роль локомотива в выводе экономики регионов на путь стабильного и устойчивого развития. Воздействуя на эти «полюса роста» можно управлять становлением и развитием как отдельных отраслей, так и обеспечить мультипликативный положительный эффект в экономике регионов в целом.

В качестве одного из перспективных направлений роста экономики сельских территорий Ставропольского края, следует рассматривать развитие сельского туризма. Этот сектор туристической отрасли, будет ориентирован на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности для создания комплексного туристского продукта [5].

Ставропольский край имеет все необходимые ресурсы для развития сельского туризма: разнообразие природных условий, множество лесов, рек, полей привлекают любителей охоты, рыбалки, пешего туризма, верховых прогулок. Исторически значимые места, самобытная культура и быт местного населения позволяют сочетать активный отдых с культурно-познавательным туризмом [4]. К тому же бизнес в сфере сельского туризма сравнительно малозатратен. Ведь самая главная инфраструктура создана самой природой, а чтобы извлечь доход следует приложить практически минимум усилий.

В отличие от других направлений туристской сферы сельский туризм имеет свою специфику, которая выражается в минимизации издержек, прежде всего на питание и проживание. Естественно, что питание в сельской местности обходится в

2-2,5 раза дешевле, чем в городе. Проживание здесь также обходится дешевле, особенно в летний период. Это как минимум вдвое снижает стоимость путевок. При этом развитие сельского туризма должно органически сочетаться с вопросами охраны окружающей среды, а экономика не должна развиваться в ущерб природе [10].

Причины, обуславливающие необходимость развития сельского туризма в сельской местности Ставропольского края, можно разделить на две группы. Основные из них связаны с низкой эффективностью или даже убыточностью непосредственного сельскохозяйственного производства, которые не позволяют должным образом возмещать потери сельских жителей и обеспечивать надлежащий уровень доходов для воспроизводства сельского населения. Для сельских жителей сельский туризм является дополнительной возможностью получать доходы, которые можно использовать как на непосредственное потребление членами сельской семьи, так и на развитие сельскохозяйственного производства. Развитие сельского туризма может способствовать развитию сельскохозяйственного производства как источник дополнительных денежных поступлений, которые могут использоваться в сельскохозяйственном производстве, и, кроме того, сельский туризм сам создает дополнительный рынок сбыта сельскохозяйственной пищевой продукции – фруктов, овощей, молока, мяса, органической продукции [6].

С другой стороны, существует значительный и возрастающий интерес среди городских жителей в лучшем познании села, его жителей, традиций, процессов получения продуктов питания, в непосредственном общении с природой. Особенно характерно это для людей, которые практически не имеют родственников в деревне. В сельском туризме в этом смысле органично и выгодно сочетаются его относительная дешевизна, натуральность среды и оздоровительный характер.

В значительной степени этому способствуют климатические условия, характер ландшафта местности, наличие остатков хуторской системы расселения в сельской местности, возможных центров водной рекреации, рыболовства и охоты, направления специализации сельскохозяйственного производства, наличие в сельской местности историко-архитектурных памятников и сохранность традиционных промыслов [9]. Кроме того, развитие сельского туризма потенциально положительно влияет на совершенствование местной инфраструктуры, подъем общего культурного и образовательного уровня сельского населения.

Факторы эффективного развития сельского туризма

Основным интегральным фактором повышения уровня эффективности туристической деятельности в сельской местности является улучшение общего климата гостеприимства, что позволит привлечь большее количество туристов. На общий уровень гостеприимства в агротуристических хозяйствах влияют различные факторы, которые можно разделить на две группы [2]:

материально-техническая база агротуристического хозяйства (ее качество, пространственность, размещение, упорядоченность, комплексность, удобство в пользовании, функциональность, оригинальность – все, что в совокупности можно определить как уровень ее организации);

умение собственников агротуристического хозяйства эффективно использовать имеющуюся материально-техническую базу и создать в доме атмосферу непринужденности, неформальности и семейного сельского уюта.

Специфика сельского туризма предопределяет и специфику его материально-технической базы. Поскольку непосредственным воплощением туристической деятельности на селе являются агротуристические хозяйства, то и материально-техническая база сельского туризма относится к этим ячейкам туристической деятель-

ности. Основным элементом является сам дом или соответствующие постройки для приема гостей. Кроме того, в состав материально-технической базы следует отнести земельные ресурсы хозяйства, необходимые для производства сельскохозяйственной продукции, технические средства для обработки земли, ухода за животными и растениями, для получения сельскохозяйственной продукции и готовой продукции для питания, сельскохозяйственных животных, транспортные средства, энергетические силовые агрегаты и оборудование, средства связи, теле- и радиоприборы, складские помещения, холодильное оборудование, оборудование для приготовления пищи, помещения и площадки для занятий спортом, игр и развлечений. В зависимости от условий размещения агротуристического хозяйства и их специфики, состав его материально-технической базы может меняться в соответствии с потребностями.

При любой комбинации имеющихся материально-технических ресурсов для агротуристического хозяйства важнейшими факторами привлечения туристов являются чистота, опрятность, упорядоченность территории, а также радушие, гостеприимство и ненавязчивая коммуникабельность хозяев. При этом общий уровень гостеприимства можно обеспечивать соблюдением определенной схемы, которая охватывает несколько последовательных фаз (рисунок 1).

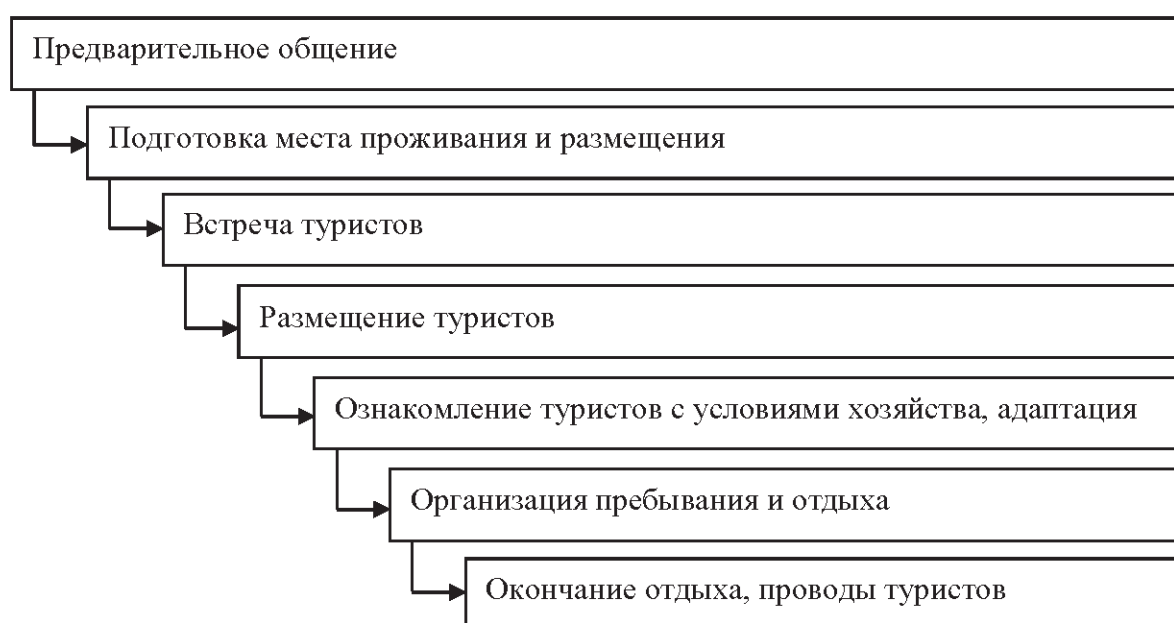


Рисунок 1 – Основные фазы процесса формирования гостеприимства в агротуристском хозяйстве

Фаза предварительного общения начинается с момента возникновения у потенциального туриста намерения отдохнуть в сельской местности и получения исходной информации о возможных вариантах такого отдыха. Данная фаза наряду с получением информации может включать предварительный заказ отдыха, определение сопутствующих услуг, бронирование мест, при наличии высокого уровня спроса в определенные периоды года – предварительную предоплату или авансовый платеж, а также согласование основных аспектов будущего отдыха. От того, насколько ненавязчиво и толерантно со стороны хозяев пройдет эта фаза, в значительной мере зависит формирование общего уровня гостеприимства для агротуристов в данном хозяйстве.

Вторая фаза предусматривает приготовление места размещения и территории хозяйства к приему отдыхающих в соответствии с их ожиданиями, согласованными в течение первой фазы. Целесообразно напоминание гостям об их приезде, уточнение конкретного времени и отдельных

деталей их проезда, предоставления необходимых ориентиров на местности.

Третья фаза является одной из наиболее ответственных, поскольку формирует первое впечатление гостей от места их отдыха.

Четвертая фаза предусматривает необходимые действия по предоставлению комнат для проживания, ознакомлению с жильем в целом, обеспечению гигиенических потребностей гостей.

Фаза адаптации предполагает или необходимый первый отдых гостей, или более подробное знакомство с хозяйством, окрестностями, возможностями для отдыха и организации досуга.

Шестая фаза является наиболее длительной, поскольку охватывает практически весь период пребывания гостей в хозяйстве. Она предусматривает налаживание соответствующих отношений семьи хозяина с отдыхающими, определение и установление уровня контактности и формальности этих отношений, создание атмосферы комфорта и уюта и организации предоставления нужных гостям услуг, связанных с их отдыхом.

Завершающая фаза предполагает организацию прощального угощения гостей, максимально корректное проведение окончательного расчета. Здесь могут быть предусмотрены определенные сувениры, подарки на память, а также другие продуманные специальные церемонии прощания.

Поскольку основные затраты агротуристического хозяйства, связанные с совершенствованием организации его материально-технической базы в смысле ее модернизации и расширения, требуют соответствующих финансовых ресурсов, такие хозяйства объективно нуждаются в поддержке государства и создании надлежащих условий внешней экономической среды. Необходимо развитие благоприятного кредитного, налогового и инвестиционного климата в отношении агротуристических хозяйств по примеру большинства развитых стран мира. Роль государства также должна предусматривать контроль за соблюдением установленных стандартов обслуживания и материально-технической базы агротуристических хозяйств, соответствия предоставляемых туристских и рекреационных услуг санитарно-гигиеническим, экологическим и другим требованиям.

Материально-техническая составляющая является только одним из факторов привлечения туристов в сельскую местность. Важнейшее значение для эффективного функционирования агротуристических хозяйств имеют и маркетинговые факторы, такие как [1]:

уровень обоснованности цены на туристский продукт в сельской местности;

система его дистрибуции;

уровень развития маркетинга в сельском туризме.

Рассмотрим данные аспекты последовательно применительно к условиям Ставропольского края и перспективам развития сельского туризма в регионе.

Бизнес сельского туризма может быть прибыльным при применении оптимальной и понятной для клиентов системы ценообразования на туристские услуги. Применение владельцем хозяйства стратегии низких цен существенно увеличивает срок возврата инвестиций и достижение точки безубыточности. Необходимо повышение уровня использования объекта. Владелец может рассматривать и возможность снижения себестоимости услуг, что также будет способствовать более быстрому возврату инвестиций, но такая стратегия имеет риск снижения качества предлагаемых услуг.

Вторым выделенным нами фактором эффективного развития сельского туризма в Ставропольском крае является построение системы дистрибуции туристского продукта. Дистрибуция заключается в экономически эффективном перемещении продуктов и услуг из сферы производства в сферу их потребления. Однако, туристский продукт потребляется непосредственно в месте его предло-

жения и, таким образом, перемещению не подлежит. Поэтому дистрибуция туристского продукта в сельской местности также имеет несколько иной характер. Ее суть заключается в предложении туристских услуг по определенным каналам, а эффективность дистрибуции зависит от правильности выбора этих каналов.

В настоящее время реализацией сельского туристского продукта в Ставропольском крае занимаются в основном сами владельцы агротуристических хозяйств [7]. Учитывая рост заинтересованности в сельском туризме при неразвитости сети агротуристических хозяйств в регионе, их невысокий финансовый потенциал и отсутствие необходимой профессиональной подготовки [3], возникла необходимость в дополнительных звеньях в каналах дистрибуции этого продукта. Таким каналами могут быть как прямой, так и косвенный. В качестве посредников могут выступать туристические операторы, туристические бюро и агентства (рисунок 2).

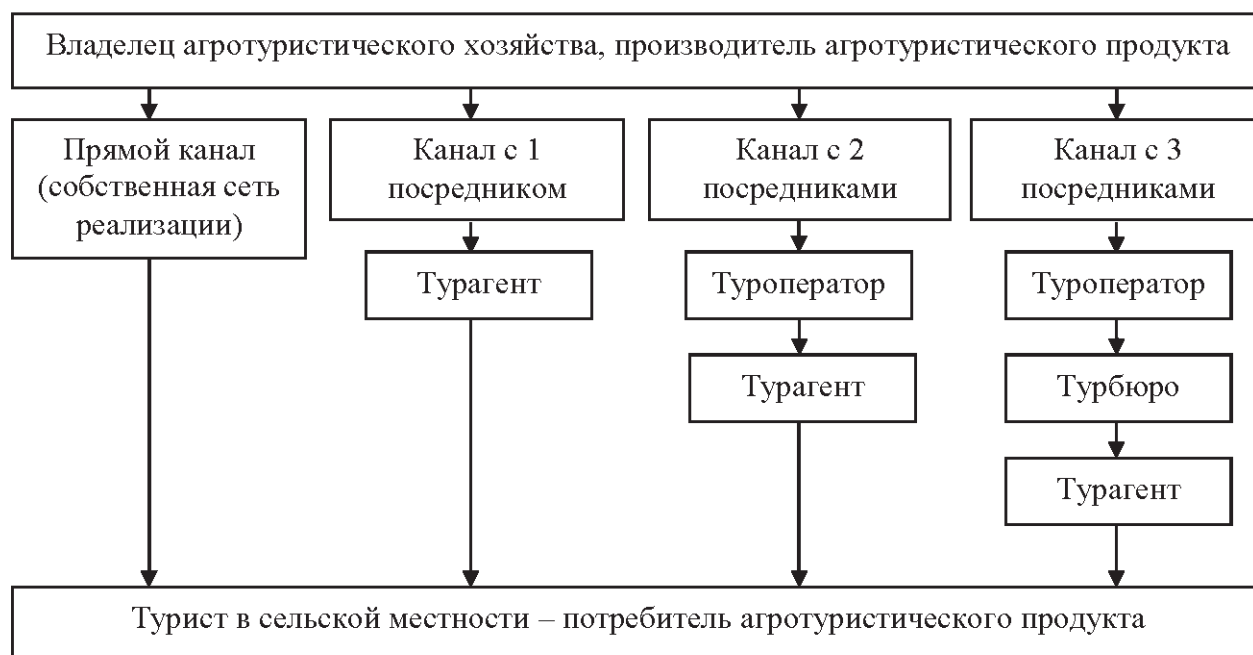


Рисунок 2 – Возможные каналы дистрибуции агротуристического продукта в Ставропольском крае

Посреднические услуги могут осуществлять и другие организации – органы местного самоуправления, центры консультирования и т.д. В любом случае туристический продукт остается собственностью владельца агротуристического хозяйства, посредники только развивают его расширением сети реализации. Под влиянием экономических, социальных и технических факторов в перспективе могут возникать также специализированные организации, которые будут заниматься расширением каналов дистрибуции в сельском туризме. Такими организациями могут стать туристические предприятия Ставропольского края, которые в свое предложение массового туристического движения включают отдых на селе в агротуристических хозяйствах.

Третьим выделенным нами фактором эффективного брендинга сельского туризма в Ставропольском крае является совершенствование маркетинговой деятельности в сельском туризме и продвижение данного туристского направления на местном, федеральном и международном рынках. Необходимо размещать соответствующую рекламную информацию в каталоге агротуристических хозяйств региона, регулярно участвовать в проводимых в Ставропольском крае и соседних регионах туристических выставках. Параллельно можно заниматься размещением рекламы своих услуг на стендах в сельской местности (при въезде в сельские поселения), в региональных и центральных средствах массовой информации, а впо-

следствии – и на собственных Интернет-сайтах. Не дорогим, но действенным шагом может стать организация приема журналистов местного или национального издания в виде бесплатного однодневного пресс-тура в агротуристическом хозяйстве – в случае успешного его проведения затраченные средства окупятся.

Сфера туризма наряду с сельским хозяйством является системообразующей для экономики Ставропольского края, и усиление экономической активности в туризме окажет заметное позитивное влияние и на другие сектора региональной экономики [8].

Развитие брендинга сельского туризма

Построение и развитие брендинга Ставропольского края на основе эффективной и всесторонней реализации имеющегося в регионе туристско-рекреационного потенциала подразумевает через следующие виды туризма (рисунок 3):

оздоровительный сельский туризм (климатический и экологический);

спортивный сельский туризм (пешеходный, велосипедный, горный, конный туризм, зверофермы и охотхозяйства);

экскурсионный туризм (культурный, национальный, этнографический, фотографический);

познавательный и event-туризм (познавательный и рекреационный агротуризм, гастрономический туризм).



Рисунок 3 – Перспективные виды сельского туризма для развития брендинга Ставропольского края

Прежде чем начать формировать и развивать брендинг сельского туризма в регионе, целесообразно провести необходимые расчеты возможной его эффективности. Основные положительные эффекты и возможные угрозы должны быть оценены как для региона в целом, так и для отдельных субъектов туристского рынка. Необходимо рассчитать, на какое количество туристов в сельской местности можно рассчитывать в течение года, чтобы иметь представление о возможности возврата вложенных в эту деятельность средств. Такие расчеты могут иметь значение и для инвестора со стороны, и для банка или другого кредитного учреждения, если возникнет потребность и возможность получения кредита на развитие этого направления экономической деятельности.

Создание агротуристских фермерских хозяйств на территории Ставропольского края несет выгоды в различных сферах деятельности. Обобщим основные выгоды и ожидаемые эффекты развития брендинга сельского туризма в регионе в форме схемы (рисунок 4).

К ожидаемым положительным эффектам формирования и развития брендинга сельского туризма в Ставропольском крае следует отнести: В области проектной деятельности применимой как к территориям Ставропольского края, так и территориям Российской Федерации: разработка проектов агротуристских хозяйств и программ обслуживания туристов;

разработка концепций экологического природопользования, производства экологически чистой аграрной продукции;

разработка концепций и проектов этнических деревень;

разработка сценариев военно-спортивных игр для детей и взрослых.

В области инновационно-образующей проектной деятельности: разработка и участие в реализации коммерческих и некоммерческих экологических программ регионов и предприятий;

выполнение хоздоговорных работ для учреждений и организаций по туристской и спортивно-оздоровительной тематике;

работы по внедрению ресурсосберегающих технологий;

создание банка данных сельского туризма;

издание и реализация учебно-методической, научной литературы и учебных пособий в сфере сельского туризма.

В области научно-производственной практико-ориентированной деятельности: организация сельского туризма по различным тематическим программам; организация детского отдыха, в т. ч. для детей из детских домов и школ-интернатов с привлечением студентов высших учебных заведений Ставропольского края;

проведение учебных агроэкскурсий;

организация производства сувениров на базе народных промыслов;

предоставление информационных услуг на базе созданного банка данных туристской деятельности в сельской местности;

оказание услуг в области трудоустройства.

В области обучающей деятельности:

создание опытных производств, экспериментальных площадок по отработке новых технологий, перспективных проектов, «ноу-хау» в сфере туристской и спортивно-оздоровительной деятельности;

оказание всех видов консультационных услуг, связанных с созданием агротуристских хозяйств, в том числе представление интересов заказчика в других организациях;

организация производственной практики студентов;

организация и проведение семинаров, конференций по тематике сельского туризма и организации агротуристских хозяйств;

обучение сельского населения основам туризма, проведение тренингов, курсов повышения квалификации.

В области спортивно-оздоровительной деятельности:

организация и проведение мероприятий лечебно-оздоровительного характера, спортивных соревнований, сборов;

организация и проведение военно-спортивных игр.

В области маркетинговой деятельности:

проведение работ в сфере маркетинга, рекламы и продвижения туристского и спортивно-оздоровительного продукта в сельской местности;

проведение выставок, презентаций, ярмарок, аукционов;

выпуск и реализация информационной, рекламно-коммерческой литературы, научно-методических изданий.

Заключение

Развитие сельского туризма для Ставропольского края является исключительно важным. С одной стороны, Ставропольский край – это регион с достаточно высоким сельскохозяйственным потенциалом, что формирует материальную базу для сельского туризма, а с другой стороны – это уже известный рекреационный регион, что позволяет использовать данный факт как рекламу в привлечении рекреантов не только для лечения в санаториях Кавказских Минеральных Вод, но и для отдыха на селе.

Для достижения данных эффектов необходимо, во-первых провести диверсификацию турпродуктов и активизацию их продвижения как за рубеж, так и, что не менее важно, в другие регионы России. Во-вторых, необходимо ускоренное развитие рекреационно-туристской и сопутствующей инфраструктуры региона, ее модернизация и инновационная направленность для того, чтобы сделать пребывание туриста в регионе комфортным, интересным и безопасным.

Развитие сельского туризма в Ставропольском крае может и должно стать важной точкой экономического, социального, культурного и духовного роста региона. Важнейшим результатом развития сельского туризма в Ставропольском крае должен стать социокультурный и духовный эффект в результате активизации местных творческих ресурсов, сохранение и развитие национального природного, историко-культурного и духовного наследия, повышение самооценки местных сообществ, появление позитивной социальной перспективы.

Конфликт интересов

Автор декларирует отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Список источников

1. Дагман С. Концептуальные подходы к устойчивому туризму на основе использования интегральных методов маркетинга // Экономические отношения. 2019. Т. 9. № 4. С. 3116-3128.
2. Лебедева И. В., Копылова С. Л. Сельский туризм для начинающих предпринимателей. Петропавловск-Камчатский : Камчатпресс, 2017. 136 с.
3. Наволокина К. А., Рязанцев И. И. Тенденции и перспективы развития агротуризма в мире // Актуальные проблемы развития сервиса и туризма : сб. статей по материалам Вузовской научн.-практ. конф. (Ставрополь, 27 сентября 2019 г.) / СтГАУ. Ставрополь, 2019. С. 121–126.

4. Строева А. Г., Иволга А. Г., Елфимова Ю. М. Сельский туризм как перспективное направление развития сельских территорий регионов России // *Сервис в России и за рубежом*. 2021. Т. 15. № 2 (94). С. 11-120.
5. Суховская Д. Н. Перспективы развития аграрного туризма в Ставропольском крае // *Молодой ученый*. 2013. № 2 (49). С. 185-187.
6. Трухачев А. В. Место и функции сельского туризма в реализации концепции устойчивого развития // *Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета*. № 116. 2016. С. 1340-1354.
7. Трухачев А. В. Индустрия сельского туризма Ставропольского края // *Сервис в России и за рубежом*. 2015. № 3 (59). С. 22-31.
8. Шахрамьян И. Д. Сельский туризм как фактор многофункционального развития сельских территорий (на материалах Ставропольского края) // *Инновационные аспекты развития сервиса и туризма : сб. статей VII Междунар. науч.-практ. конф. (г. Ставрополь, 10–12 апреля 2019 г.) / СтГАУ*. 2019. С. 97-104.
9. Gerasimov A.N., Gromov E.I., Levchenko S.A., Grigorieva O.P., Oboturova N.P. Features of the spatial socio-economic systems development in the North Caucasus federal district // *World Applied Sciences Journal*. 2014. Т. 29. № 5. С. 699-705.
10. Sukhovskaya D. N. Sustainable Development of Rural Areas of the North Caucasus Federal District, Based on the Use of their Socio-Cultural and Natural Potential for the Development of the Agricultural and Eco-tourism // *Science and Technology*. 2013. Т. 1. С. 224-233.
11. Trukhachev A., Ivolga A., Varivoda V. Analysis of Agricultural Tourism and Study of Its Development Potential // *Research Journal of Pharmaceutical, Biological and Chemical Sciences*. 2018. Т. 9. № 3. С. 792-801.
12. Trukhachev V.I., Kostyukova E.I., Gromov E.I., Gerasimov A.N. Comprehensive socio-ecological and economic assessment of the status and development of southern Russia agricultural regions // *Life Science Journal*. 2014. Т. 11. № 5. С. 478-482.

References

1. Dagman S. Konceptual'nye podhody k ustojchivomu turizmu na osnove ispol'zovaniya integral'nyh metodov marketinga // *Ekonomicheskie otnosheniya*. 2019. Т. 9. № 4. P. 3116-3128.
2. Lebedeva I. V., Kopylova S. L. Sel'skij turizm dlya nachinayushchih predprinimatelej. Petropavlovsk-Kamchatskij : Kamchatpress, 2017. 136 P.
3. Navolokina K. A., Ryazancev I. I. Tendencii i perspektivy razvitiya agroturizma v mire // *Aktual'nye problemy razvitiya servisa i turizma : sb. statej po materialam Vuzovskoj nauchn.-prakt. konf. (Stavropol', 27 sentyabrya 2019 g.) / StGAU. Stavropol', 2019. P. 121–126.*
4. Gerasimov A.N., Gromov E.I., Levchenko S.A., Grigorieva O.P., Oboturova N.P. Features of the spatial socio-economic systems development in the North Caucasus federal district // *World Applied Sciences Journal*. 2014. Т. 29. № 5. С. 699-705.
5. Stroeва А. Г., Иволга А. Г., Елфимова Ю. М. Sel'skij turizm kak perspektivnoe napravlenie razvitiya sel'skih territorij regionov Rossii // *Servis v Rossii i za rubezhom*. 2021. Т. 15. № 2 (94). P. 11-120.
6. Suhovskaya D. N. Perspektivy razvitiya agrarnogo turizma v Stavropol'skom krae // *Molodoy uchenyj*. 2013. № 2 (49). P. 185-187.
7. Truhachev A. V. Mesto i funkcii sel'skogo turizma v realizacii koncepcii ustojchivogo

- razvitiya // Politematicheskij setevoj elektronnyj nauchnyj zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. № 116. 2016. P. 1340-1354.
8. Truhachev A. V. Industriya sel'skogo turizma Stavropol'skogo kraja // Servis v Rossii i za rubezhom. 2015. № 3 (59). P. 22-31.
 9. SHahramanyan I. D. Sel'skij turizm kak faktor mnogofunkcional'nogo razvitiya sel'skih territorij (na materialah Stavropol'skogo kraja) // Innovacionnye aspekty razvitiya servisa i turizma : sb. statej VII Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (g. Stavropol', 10–12 aprelya 2019 g.) / StGAU. 2019. P. 97-104.
 10. Sukhovskaya D. N. Sustainable Development of Rural Areas of the North Caucasus Federal District, Based on the Use of their Socio-Cultural and Natural Potential for the Development of the Agricultural and Eco-tourism // Science and Technology. 2013. T. 1. P. 224-233.
 11. Trukhachev A., Ivolga A., Varivoda V. Analysis of Agricultural Tourism and Study of Its Development Potential // Research Journal of Pharmaceutical, Biological and Chemical Sciences. 2018. T. 9. № 3. P. 792-801.
 12. Trukhachev V.I., Kostyukova E.I., Gromov E.I., Gerasimov A.N. Comprehensive socio-ecological and economic assessment of the status and development of southern Russia agricultural regions // Life Science Journal. 2014. T. 11. № 5. C. 478-482.

BRANDING AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN THE STAVROPOL TERRITORY

Anna G. Ivolga
Irina D. Shakhramanyan

Stavropol State Agrarian University
per. Zootechnical, 12, 355017, Stavropol, Russian Federation

The Stavropol Territory has the potential for the development of rural tourism. Rural tourism offers a unique solution that will provide jobs, consistently high incomes of the population and preserve the nature of the region intact. An analysis of the state of rural development in the Stavropol Territory showed that the region has enormous resources for rural tourism, but they are used with a low degree of efficiency. The study was completed by making proposals for the formation of the region's brand through the realization of recreational potential and the development of rural tourism. The article justifiably proves that this sphere, along with agriculture, is a backbone for the economy of the Stavropol Territory, and the strengthening of economic activity in tourism will have a noticeable positive impact on other sectors of the regional economy.

Keywords: rural tourism, tourist resources, rural branding, regional brand

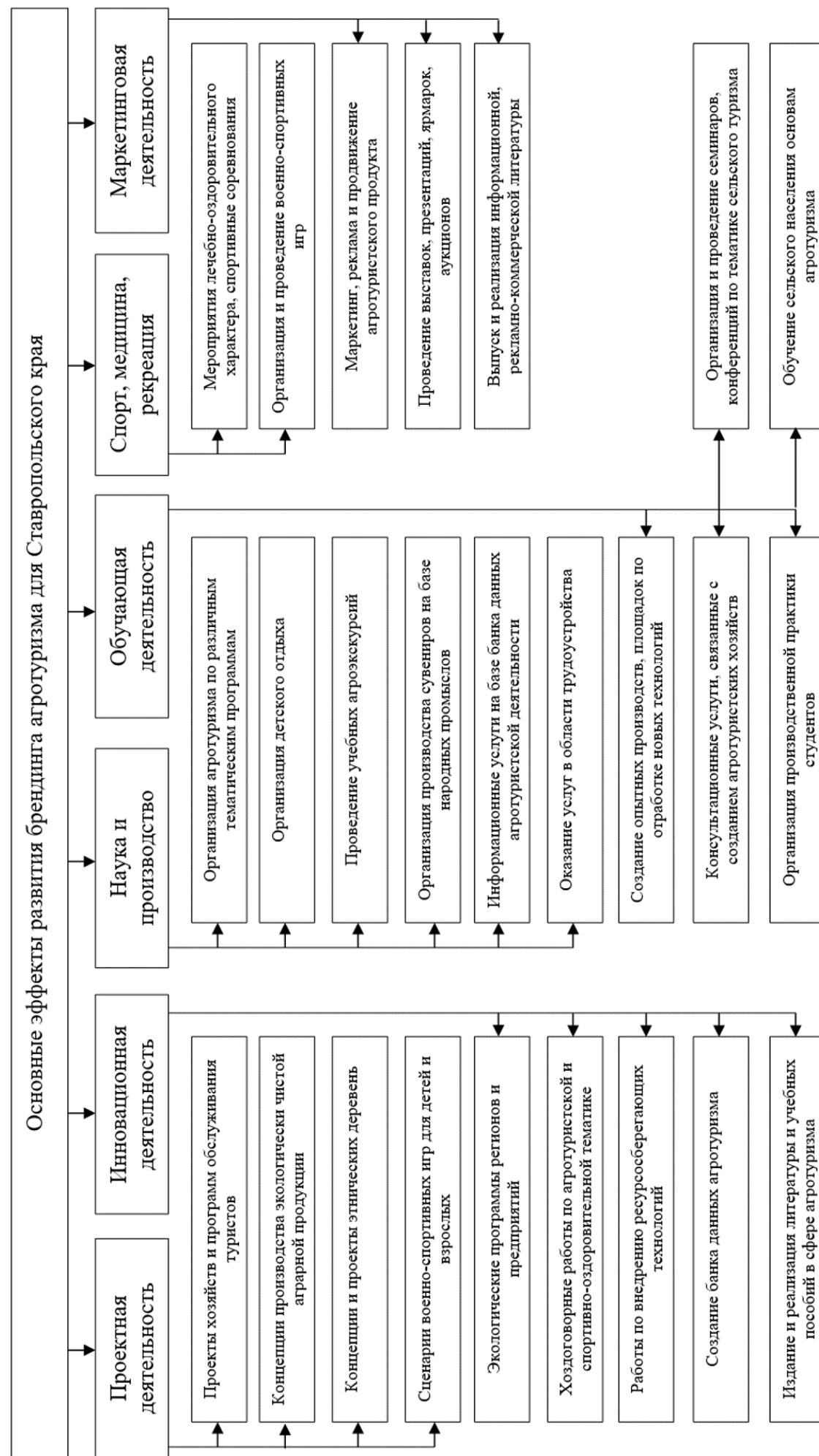


Рисунок 4 – Ожидаемые эффекты развития брендинга сельского туризма для Ставропольского края