

ТУРИСТСКИЙ МАРШРУТ «ЗОВ ТОРАМЫ» КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ЭТНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ

Гавина Екатерина Михайловна,

*директор ГБУ «Туристско-информационный центр Республики Мордовия
(г. Саранск, РФ), gavina@list.ru*

Жулина Марина Александровна,

*кандидат географических наук, доцент, заведующий кафедрой туризма
ФГБОУ ВО «МГУ им. Н. П. Огарёва», заместитель министра культуры,
национальной политики, туризма и архивного дела Республики Мордовия
(г. Саранск, РФ), mzhulina@mail.ru*

Сотова Людмила Васильевна,

*кандидат географических наук, доцент кафедры туризма
ФГБОУ ВО «МГУ им. Н. П. Огарёва» (г. Саранск, РФ), sotova@mail.ru*

Фирстов Максим Иванович,

*начальник отдела развития туризма
Министерства культуры, национальной политики, туризма и архивного дела
Республики Мордовия (г. Саранск, РФ), firstovmi@e-mordovia.ru*

Богатое культурное наследие финно-угорских народов является самоценной и неотъемлемой частью как российской, так и мировой культуры. Туризм делает востребованными историко-культурные и природные памятники, народные промыслы, национальную кухню, элементы нематериальной культуры народов, тем самым способствует их сохранению и развитию. Для многих коренных народов России развитие этнического туризма – сегодня единственная возможность сохранить свои традиции и обычаи, поэтому вопросы развития этнического туризма и формирования конкурентоспособного туристского продукта имеют высокую актуальность. Республика Мордовия как национальный регион, расположенный в центре главной зоны расселения европейской части России, обладает некоторыми преимуществами в развитии регионального рынка туристских услуг. Наличие уникального наследия мордовской национальной культуры (объекты показа, традиции народных художественных промыслов и ремесел, регулярные событийные мероприятия, национальная кухня и др.) делает этнический туризм одним из приоритетных видов туризма для развития в Мордовии. Целью исследования стали определение эффективных направлений развития этнического туризма в Республике Мордовия и формирование конкурентоспособного этнического маршрута. При работе применялись общенаучные методы анализа и синтеза, статистический, картографический методы, а также данные социологического опроса.

Результатом исследования стал сформированный этнический маршрут «Зов Торамы», призванный оптимально объединить наиболее конкурентные элементы регионального туристского продукта и обеспечить эффективные продажи тура на российском рынке. Маршрут сформирован как тур выходного дня. В основу маршрута легли объекты этнического туризма, дополненные посещением основных достопримечательностей г. Саранска и районов Республики Мордовия. Маршрут «Зов Торамы» включен в Перечень брендовых маршрутов России. Опыт Республики Мордовия по формированию брендового этнического маршрута может быть успешно применен в других регионах. В статье приведен анализ сильных и слабых сторон разработанного маршрута и даны рекомендации по его дальнейшему совершенствованию.

Ключевые слова: культурно-познавательный туризм; этнический туризм; объекты этнического туризма; туристский потенциал; туристский маршрут; брендовый маршрут; финно-угорское пространство.

Для цитирования: Гавина Е. М., Жулина М. А., Сотова Л. В., Фирстов М. И. Туристский маршрут «Зов Торамы» как инструмент развития этнического туризма в Республике Мордовия // Финно-угорский мир. 2018. № 4. С. 74–87.

Введение

Богатое культурное наследие финно-угорских народов является самоценной и неотъемлемой частью как российской, так и мировой культуры. Одна из важных за-

дач – сохранение этнической самобытности, национального «лица» народов, их языков и традиций. Понимание исторических процессов, объединивших народы

России в единое государство, формирование взаимного уважения и интереса друг к другу служит основой стабильности внутри страны и залогом консолидации общества. Одним из главных инструментов достижения этих целей выступает развитие туризма, в первую очередь, этнического, направленного непосредственно на знакомство с особенностями населяющих нашу землю народов.

Туризм делает востребованными историко-культурные и природные памятники, народные промыслы, национальную кухню, элементы нематериальной культуры народов, тем самым способствует их сохранению и развитию. Он способен поддерживать благоприятный имидж регионов, в том числе с точки зрения их инвестиционной привлекательности. ЮНЕСКО признает туризм одним из главных факторов культурного и гуманитарного развития, способствующего сохранению мира и сближению народов.

Широкое число уникальных этнокультурных центров, музеев, самобытных национальных сел с богатой историей, часто расположенных в глубинке, в настоящее время не получает должной поддержки. Уровень жизни в таких населенных пунктах сегодня, как правило, ниже, а перспективы развития не определены, хотя именно в них в естественной среде сохраняются исконные ценности народов. С их утратой мы рискуем безвозвратно потерять внушительную часть самобытной культуры. Туризм может стать инструментом возрождения и даже опережающего развития таких территорий, поддержания на должном уровне социальной инфраструктуры, дорог, а также основным источником дохода местных жителей.

Для многих коренных (особенно малочисленных) народов России развитие этнического туризма сегодня – единственная возможность сохранения своих традиций и обычаев. Поэтому вопросы развития этнического туризма и, в частности, формирования конкурентоспособного туристского продукта в финно-угорских регионах имеют высокую актуальность.

Объектом настоящего исследования является туристский комплекс Республики

Мордовия, предметом исследования – ее потенциал в сфере этнического туризма. Цель исследования – определить эффективные направления развития этнического туризма в Республике Мордовия и сформировать конкурентоспособный этнический маршрут.

В связи с целью исследования нами решались следующие задачи: выявить благоприятные факторы и ресурсы для развития в Республике Мордовия этнического туризма; определить критерии формирования эффективного туристского маршрута; разработать этнический маршрут по Республике Мордовия и проанализировать потенциал его развития.

Обзор литературы

Актуальными теоретическими и прикладными исследованиями в сфере туризма в различных его аспектах занимаются В. И. Кружалин, Н. В. Шабалина [8], А. Ю. Александрова¹, Л. Ю. Мажар [7], А. И. Зырянов [4] и др.

В современной литературе, несмотря на частое использование термина «этнический туризм», отсутствует его общепринятое определение. Этнический туризм сложно выделить в чистом виде. Во многом он пересекается с элементами культурно-познавательного, сельского, событийного, гастрономического, религиозного и других видов туризма. Существуют различные подходы к определению этнического туризма.

Согласно М. Б. Биржакову, этнический туризм – это подвид культурного туризма, направленный на знакомство с отдельными нациями и народами и их изучение в целях культурного и языкового обмена. По мнению Н. А. Маловой, это вид туризма, связанный с посещением исторической родины или мест рождения родственников. Н. В. Моралева и Е. Ю. Ледовских называют этнический туризм сегментом туристической индустрии, в котором участвует коренное население, чья этническая особенность и является основной туристской достопримечательностью. А. А. Романов и Р. Г. Саакянц считают этнический туризм видом

¹См.: Александрова А. Ю. Международный туризм: учеб. Москва, 2002.

туризма, совершаемого народами в разных странах, имеющих единый или родственные языки либо связанных общностью истории и культуры. Ч. Ч. Сундуев и Л. В. Хышиктеува выделяют его в одно из направлений культурно-познавательного туризма, которое подразумевает погружение туриста в среду коренного населения, знакомство с местной национальной культурой. Некоторые зарубежные авторы придают этническому туризму расширительное толкование, включая в объект познания любой из аспектов истории и социальной действительности различных народов. Однако чаще этническим туризмом в отечественных и зарубежных источниках называют путешествия с целью приобщения к бытовому укладу и обычаям народов, ведущих традиционный или близкий к нему образ жизни².

Как правило, под этническим туризмом понимают туризм в сельской местности. Причем местность, выбранная для путешествия, должна обладать уникальным этнографическим, фольклорным, историческим потенциалом.

В контексте нашего исследования и в наиболее общем виде мы понимаем под этническим туризмом разновидность культурно-познавательного туризма, в качестве основного элемента аттрактивности в котором выступают особенности конкретного народа (история, традиции, обычаи, фольклор, язык, архитектура, кухня, костюм, промыслы и др.).

Материалы и методы

В процессе исследования использовались общенаучные методы анализа и синтеза, статистический, картографический методы, материалом послужили данные социологического опроса.

Результаты исследования и их обсуждение

Финно-угорские регионы, имеющие уникальное культурно-историческое наследие, обладают высоким потенциалом в развитии этнического туризма [3]. Республика Мордовия как национальный

²См.: Бутузов А. Г. Этнокультурный туризм: учеб. пособие. Москва, 2013.

регион, ближайший к Москве и расположенный в центре главной зоны расселения европейской части России, обладает некоторыми преимуществами в развитии регионального рынка туристских услуг. К основным из них можно отнести следующие:

- выгодное расположение и хорошая транспортная доступность;

- высокий уровень благоустроенности, чистоты и озеленения г. Саранска;

- высокие показатели общественной безопасности и экологического благополучия в г. Саранске;

- наличие уникального культурного наследия в сфере изобразительного искусства, включая коллекции работ С. Д. Эрзи и Ф. В. Сычкова, объектов, связанных с именем адмирала Ф. Ф. Ушакова, объектов религиозного, экологического туризма, высококачественных объектов спортивной инфраструктуры;

- статус г. Саранска как города-организатора Чемпионата мира по футболу 2018 г.;

- широкий выбор средств размещения и высокие стандарты гостиничного обслуживания;

- наличие уникального наследия мордовской национальной культуры, включая объекты показа, традиций народных художественных промыслов и ремесел, регулярные событийные мероприятия, национальную кухню и др.

На основании выделяемых факторов можно сделать вывод о приоритетности развития в Республике Мордовия таких видов туризма, как культурно-познавательный, этнический, экологический, спортивный, религиозный, деловой. При этом, исходя из уникальности мордовской национальной культуры, этнический туризм может выступить в качестве главного направления развития туризма в республике.

В Мордовии располагается штаб-квартира Ассоциации финно-угорских народов России, функционирует Поволжский центр культур финно-угорских народов. В Мордовском государственном университете им. Н. П. Огарёва реализуется приоритетное направление развития

«Фундаментальные и прикладные исследования в области финно-угроведения», действуют Институт национальной культуры и профильное малое предприятие.

К наиболее привлекательным объектам туристского показа относится Центр национальной культуры Старошайговского района, расположенный в национальном мокшанском селе Старая Теризморга в 65 км от г. Саранска. Центр открыт в 2007 г. в рамках Международного фестиваля культур финно-угорских народов «Шумбрат, Финно-Угрия!». Широкую известность получили местный национальный хор и мастера по шитью народных костюмов. Туристов принимают в музее под открытым небом, представляющем собой воссозданную крестьянскую усадьбу (изба, гумно, хозяйственные постройки, садово-огородный участок, где высаживаются характерные для хозяйства мордвы сельскохозяйственные культуры). Туристам предлагают попробовать традиционные блюда мокшанской кухни, поучаствовать в мастер-классах и национальных праздниках, проводимых на базе центра.

Основным туристским центром эрзянской культуры является Музей «Этно кудо» им. В. И. Ромашкина в с. Подлесная Тавла в 25 км от г. Саранска, открытый в 2006 г. В нем для туристов проводятся экскурсии и мастер-классы по народным художественным промыслам. В этом же селе с 1979 г. действует Подлесно-Тавлинская экспериментальная детская художественная школа, в которой развивается самобытный стиль резьбы по дереву – тавлинская резьба, признанная в 2010 г. по итогам международного конкурса одним из «семи чудес финно-угорского мира». При школе функционирует музей, где представлены лучшие работы мастеров, также проводятся мастер-классы.

К объектам этнического туризма г. Саранска можно отнести Музей мордовской народной культуры, этнографические экспозиции в Мордовском республиканском музее изобразительных искусств им. С. Д. Эрьзи и Мордовском республиканском объединенном краеведческом музее им. И. Д. Воронина, Музейно-этнографический комплекс «Мордовское

подворье» с рестораном национальной кухни, Мордовский государственный национальный драматический театр и др.³

В результате мониторинга посещаемости объектов этнического туризма в Республике Мордовия в 2017 г., проведенного Научным исследовательским институтом регионологии, выявлен наибольший интерес к посещению с туристскими целями следующих объектов этнического туризма: Музейно-этнографический комплекс «Мордовское подворье» (посетили 43,8 % респондентов), Музей мордовской народной культуры в г. Саранске (45,5), Центр национальной культуры Старошайговского района в с. Старая Теризморга (11,9), Центр русской культуры им. Ф. В. Сычкова в с. Кочелаево Ковылкинского района (18,6), Подлесно-Тавлинская экспериментальная детская художественная школа в с. Подлесная Тавла Кочкуровского района (14,8), Музей «Русские валенки» в с. Урусово Ардатовского района (7,5 %). При этом от 33,2 до 55,8 % опрошенных заявили о желании впервые для себя посетить данные объекты с туристскими целями [6, 89].

В течение 2017 г. число посетителей основных объектов этнического туризма составило более 66,5 тыс. человек, в том числе Мордовского республиканского музея изобразительных искусств им. С. Д. Эрьзи – 38 570, Мордовского республиканского объединенного краеведческого музея им. И. Д. Воронина – 8 562, Музея мордовской народной культуры – 5 708, Музейно-этнографического комплекса «Мордовское подворье» – 4 235, Центра национальной культуры Старошайговского района – 2 891, Музея «Этно кудо» им. В. И. Ромашкина – 2 362, Подлесно-Тавлинской экспериментальной детской художественной школы – 2 159, Дома-музея Ф. В. Сычкова (с. Кочелаево) – 1 320, Музея «Русские валенки» – 723 человека⁴.

³ См.: Республика Мордовия: справ.-путеводитель / Н. А. Емельянова, М. А. Жулина, А. С. Карасев [и др.]; под ред. М. А. Жулиной. 2-е изд., доп. и перераб. Саранск, 2016.

⁴ См.: Официальный туристско-информационный портал Республики Мордовия. URL: <http://www.turizmrm.ru> (дата обращения: 04.12.2018).

Эффективное развитие этнического туризма на базе действующей инфраструктуры и привлечение въездного туристского потока ставит задачу по формированию конкурентоспособного туристского продукта [2].

Туристский продукт является одним из основных элементов рынка туристских услуг и в соответствии с Федеральным законом № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. определяется как комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и других услуг) по договору о реализации туристского продукта⁵. Формирование, продвижение и реализация туристского продукта согласно действующему законодательству отнесены к функциям туроператоров.

Туристский продукт является основным товаром, предлагаемым туроператорами и турагентами на глобальном туристском рынке. Совокупность туристских продуктов определенной территории принято называть комплексным региональным туристским продуктом. От его качества, разнообразия, уникальности и цены зависит динамика въездного туристского потока.

В условиях современной конкуренции на туристском рынке и наличия большого выбора туристских предложений формирование высоко конкурентного и заметного турпродукта является сложной задачей, требующей грамотного подхода и консолидации всех заинтересованных сторон, к которым могут быть отнесены туроператоры, средства размещения, предприятия питания и торговли, транспортные компании, объекты показа, экскурсионные бюро, а также туристская администрация и иные хозяйствующие субъекты, непосредственно или косвенно задействованные в приеме и обслуживании туристских групп.

⁵См.: Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (изм. от 04.06.2018). URL: base.garant.ru (дата обращения: 04.12.2018).

С учетом современного опыта организации туристского продукта в ходе исследования определены основные критерии конкурентоспособного туристского маршрута:

- узнаваемость (маршрут должен иметь отличительные характеристики, бренды, позволяющие привлечь к нему внимание широкого круга потенциальных туристов);
- региональный контекст (маршрут должен передавать местный (национальный, региональный) колорит. При этом маршрут может быть как региональным, так и межрегиональным);
- круглогодичность (маршрут должен функционировать всесезонно, как в «высокий», так и в «низкий» туристский сезон);
- целостность (маршрут должен иметь заверченный характер и включать в стоимость весь перечень необходимых туристских и сопутствующих услуг: услуги по перевозке, услуги средств размещения, услуги предприятий питания, экскурсионные или другие виды услуг);
- регулярность (маршрут должен иметь четкий график организации сборных туров с гарантией приема туристов независимо от размера группы);
- неизменность (маршрут должен выполняться по строго определенной программе и на одинаковых для всех участников условиях);
- фиксированная стоимость (стоимость маршрута в расчете на одного человека должна быть постоянной и не зависеть от размера группы и иных факторов. Ценообразование маршрута должно позволить провести тур при размере группы от 10 человек);
- модульность (маршрут должен быть организован таким образом, чтобы предоставить клиенту возможность присоединения к нему на любом этапе выполнения и позволять самому определять продолжительность тура. Туристам должна быть дана возможность выбора категории размещения на маршруте, выбора дополнительных экскурсий и проведения досуга);
- соответствие современным стандартам оказания услуг, в том числе:

- все переезды на маршруте должны осуществляться в дневное время. Дневной километраж не должен превышать 300 км или 5 часов. Во время следования транспорта обязательны санитарные остановки каждые 100 км или каждые 1,5 часа;
- средства размещения, используемые на маршрутах, должны отвечать требованиям, соответствующим двухместному размещению в гостинице категории «две», «три» или «четыре звезды» с возможностью выбора гостиницы, а также одноместного либо семейного размещения;
- питание на маршруте должно быть трехразовым, разнообразным, с включением местных традиций приготовления и сервировки блюд, осуществляться в объектах питания, имеющих соответствующие разрешения. Для групп, состоящих преимущественно из лиц старше 18 лет, допускается двухразовое питание при условии, что туристам будет предоставлено время для питания третий раз в рекомендованных кафе, расположенных вблизи с местом размещения;
- сопровождение и экскурсионное обслуживание должны осуществлять лица, имеющие соответствующие квалификации и стаж работы не менее трех лет.

Целевая аудитория маршрутов определяется разработчиком, при этом программа тура должна учитывать потребности и возможности той категории населения, на которую он ориентирован.

Общая стоимость маршрута должна быть доступна для приобретения российским гражданам со средним уровнем доходов. Рекомендованная стоимость одних суток пребывания на маршруте составляет 2 500 – 5 000 рублей.

С учетом обозначенных критериев в 2016–2017 гг. в Республике Мордовия был сформирован туристский маршрут «Зов Торамы», призванный оптимально объединить наиболее конкурентные элементы регионального туристского продукта и обеспечить эффективные продажи тура на российском рынке.

Маршрут сформирован как тур выходного дня и рассчитан на пребывание туристской группы в течение двух или трех дней. В основу маршрута легли объекты этнического туризма, дополненные посещением основных достопримечательностей Саранска и районов Республики Мордовия, включая историко-культурное, религиозное, природное наследие, а также объекты современной инфраструктуры, в том числе «наследие» чемпионата мира по футболу. «Зов Торамы» рассчитан на широкий круг потребителей без ограничений по возрасту и иным признакам, в том числе на иностранных туристов.

Название «Зов Торамы» определяет этнический характер маршрута и ассоциируется с национальной культурой мордовского народа. Торама – национальный духовой инструмент мордвы, упоминающийся в народной мифологии и имевший ранее обрядовое значение. Согласно преданиям, торама использовалась в качестве сигнала к объединению как в случае военной опасности, так и в мирное время – для проведения массовых гуляний и обрядов. В данном случае «Зов Торамы» позиционируется как своеобразный призыв, приглашение гостей на мордовскую землю и выступает в качестве элемента, объединяющего все составляющие маршрута в единое целое.

Двухдневная программа маршрута включает обзорную экскурсию по Саранску, посещение с экскурсией кафедрального собора святого праведного воина Феодора Ушакова, Мордовского республиканского музея изобразительных искусств им. С. Д. Эрьзи, Музея мордовской народной культуры (или Музейно-этнографического комплекса «Мордовское подворье» в летний период), Подлесно-Тавлинской экспериментальной детской художественной школы и Музея «Этно кудо» им. В. И. Ромашкина в с. Подлесная Тавла Кочкуровского района, Иоанно-Богословского Макаровского мужского монастыря, стадиона «Мордовия Арена» (объект включен дополнительно в 2018 г.), смотровой площадки Мордовского государственного университета

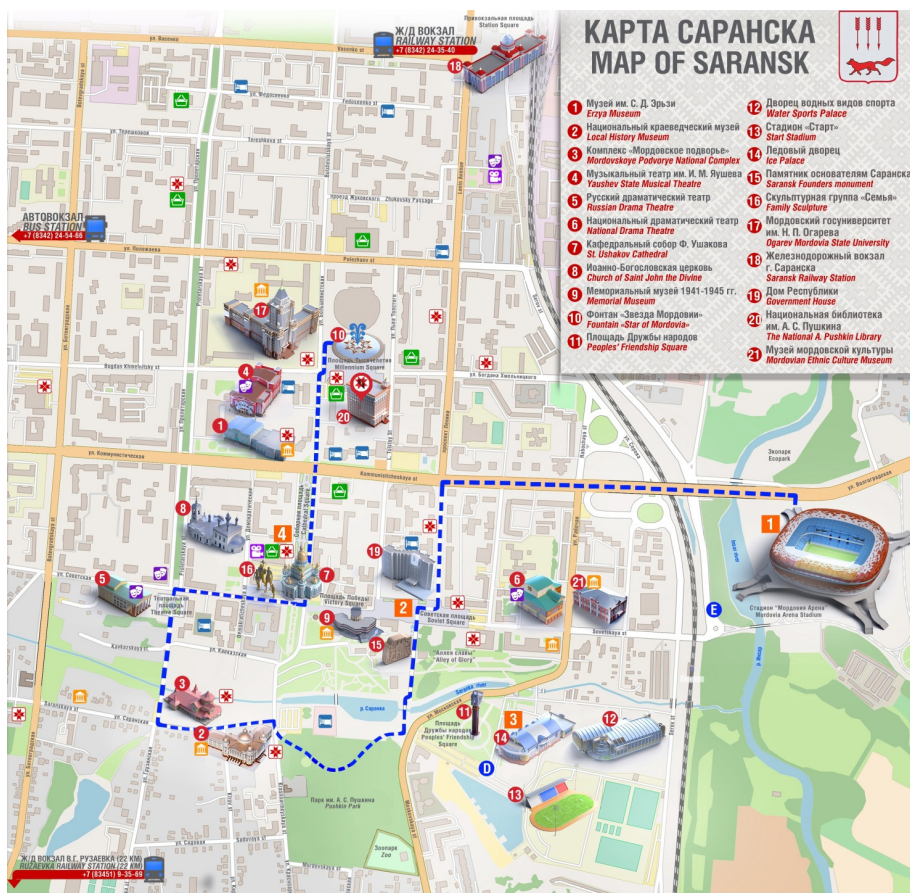


Рисунок. Схема этнического маршрута Республики Мордовия «Зов Торамы» (первый день)
 Figure. Scheme of the ethnic route of the Republic of Mordovia “Call of the Torama” (first day)

им. Н. П. Огарёва, сувенирного магазина в Саранске (см. рисунок).

В рамках интерактивной программы на объектах посещения гостям предлагаются приветствие от национального фольклорного коллектива, мастер-классы народных художественных промыслов – по изготовлению торамы, а также тавлинской деревянной свистульки, глиняной игрушки, тряпичной куклы-оберега.

Размещение туристов осуществляется на территории Саранска в соответствии с их предпочтениями. Программа предусматривает трехразовое питание, в том числе обед с блюдами национальной кухни. Во второй день программой предусмотрен радиальный автобусный выезд по маршруту г. Саранск – с. Подлесная Тавла – с. Макаровка – г. Саранск общей протяженностью 55 км.

Минимальная стоимость данного тура (при двухместном размещении в гостинице категории «три звезды») в расчете на одного гостя составляет 6 000 – 7 000 рублей. В стоимость входят: трансферы и транспортные услуги по программе, проживание, питание (2 завтрака, 2 обеда, 2 ужина), сопровождение гида, экскурсионное обслуживание, входные билеты и мастер-классы по программе, а также агентский комиссионный сбор. Транспортные расходы по прибытию туристов в Саранск и отправке в место проживания оплачиваются сверх установленной цены.

Трехдневная программа маршрута дополнительно включает посещение Центра национальной культуры Старошайговского района в с. Старая Теризморга, Рождество-Богородичного Санаксарского монастыря, Темниковского историко-

краеведческого музея им. Ф. Ф. Ушакова, Мордовского государственного природного заповедника им. П. Г. Сидовича на территории Темниковского района.

К трехдневному туру предоставляются дополнительная ночь в гостинице и трехразовое питание в течение дня, включая обед и ужин с национальной кухней. Программой третьего дня предусмотрен радиальный автобусный выезд по маршруту г. Саранск – с. Старая Теризморга – с. Санакарь – г. Темников – пос. Пушта – г. Саранск общей протяженностью 380 км.

Минимальная стоимость трехдневного тура в расчете на одного гостя составляет 10 000 рублей.

По результату экспертизы сформированного маршрута в ходе проведенного исследования высокую оценку получили:

- работа экскурсоводов по городу;
- инфраструктура, построение экспозиции и обслуживание в Мордовском республиканском музее изобразительных искусств им. С. Д. Эрьзи;
- смотровая площадка Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва;
- стадион «Мордовия Арена», включая план дирекции стадиона по развитию экскурсионной программы;
- кафедральный собор святого праведного воина Феодора Ушакова;
- Иоанно-Богословский Макаровский монастырь;
- общее состояние, уровень обслуживания и цены в коллективных средствах размещения;
- территориальная близость объектов.

В результате исследования выявлены следующие недостатки сформированного маршрута:

- недостаточно проработанная этническая составляющая в структуре маршрута с учетом современных потребностей туристского рынка, в том числе в отношении к национальной мордовской кухне;
- недостаточное соответствие современным потребностям туристов экспозиции, а также методов приема туристских групп в Мордовском республиканском объединенном краеведческом музее им. И. Д. Воронина и в Музейно-этногра-

фическом комплексе «Мордовское подворье»;

– низкий уровень благоустройства и оснащения Музея «Этно кудо» им. В. И. Ромашкина, недостаточная площадь музея для приема больших туристских групп;

– недостаточная национальная аутентичность в Подлесно-Тавлинской экспериментальной детской художественной школе, неполное соответствие экскурсионного обслуживания современным потребностям туристских групп.

В соответствии с выявленными недостатками определена потребность в реализации следующих мероприятий по совершенствованию маршрута:

– предусмотреть первым элементом программы приветствие в национальном стиле с участием национального коллектива, театрализованной постановкой (демонстрацией обрядов, обычаев, мифологии мордвы), презентацией музыкального инструмента торамы как заглавного элемента маршрута;

– проводить обеды в национальном стиле презентацией блюд, обеспечить большее разнообразие продуктов и напитков местного производства;

– дополнить экскурсию на стадионе «Мордовия Арена» интерактивными элементами (включая трансляцию футбольного гимна, видеопрезентацию на экране стадиона, выход гостей на футбольное поле, интерактив с мячом, посещение ВИП-ложи; предусмотреть наличие сувениров с футбольной тематикой).

Важным аспектом в создании и продвижении «Зова Торамы» является ценообразование тура. Его конечная стоимость должна быть максимально привлекательной для потребителя. Организация сборных туров по доступной для массовых туристов цене несет значительные экономические риски для принимающего туроператора и в большинстве случаев убыточна на этапе запуска и продвижения продукта. Основными задачами регионального этнического маршрута являются повышение имиджа и продвижение туристского потенциала региона. Поэтому запуск маршрута должен проходить на принципах частно-государственного парт-

нерства при поддержке принимающего туроператора в части минимизации его цены за счет предложения скидок на услуги государственных и муниципальных учреждений, задействованных в организации тура, а также на услуги средств размещения в рамках цены выходного дня, на услуги предприятий питания в рамках группового обслуживания и др.

В качестве сдерживающего фактора развития «Зова Торамы» выделено слабое продвижение на российском рынке туристских возможностей Республики Мордовия в целом и непосредственно данного маршрута. Для привлечения к маршруту внимания туристов необходима активная деятельность, направленная на повышение осведомленности населения о его существовании и преимуществах.

С целью содействия развитию отечественного турпродукта и повышения его стандартов в 2015 г. при Министерстве культуры Российской Федерации сформирован Комитет по импортозамещению в туризме, имеющий тесную интеграцию с Ассоциацией туроператоров России. Основным направлением работы комитета является содействие субъектам Российской Федерации в формировании брендовых маршрутов и выводе их на российский туристский рынок.

Брендовые маршруты – термин, применяемый Комитетом по импортозамещению в туризме для обозначения инициированных регионами туристских маршрутов (турпродуктов), продвигающих потенциал данных регионов в сфере культурно-познавательного, в том числе этнического туризма и отвечающих определенным критериям. Брендовый маршрут должен пройти оценку экспертов комитета.

По результату экспертного тура представителей Комитета по импортозамещению в туризме, состоявшегося в мае 2017 г., маршрут «Зов Торамы» включен в перечень брендовых маршрутов России и рекомендован к продажам в сети российских туроператоров и турагентов. В сентябре 2018 г. состоялся информационный тур для представителей отечественных туроператоров по маршруту, направленный на увеличение объемов продаж и до-

полнительный анализ конкурентоспособности.

К концу 2018 г. Комитетом по импортозамещению в туризме утвержден 51 брендовый маршрут в 38 регионах России, в том числе 4 маршрута в финно-угорских регионах: «Карельская сказка» в Республике Карелия, «Чудеса земли Марийской» и «Край звонких гуслей» в Республике Марий Эл, «Зов Торамы» в Республике Мордовия (таблица).

Одна из особенностей брендовых маршрутов заключается в том, что они формируются в четком соответствии с требованиями Комитета по импортозамещению в туризме, который в свою очередь состоит из числа признанных профессионалов крупного отечественного турбизнеса, членов Ассоциации туроператоров России. Поэтому статус брендового маршрута является для всего туроператорского сообщества России гарантией его качества и конкурентоспособности.

Заключение

В результате проведенного исследования были определены приоритетные направления развития этнического туризма в Республике Мордовия, выявлены критерии разработки конкурентоспособного туристского маршрута, на основании чего сформирован этнический туристский маршрут по Республике Мордовия «Зов Торамы».

Маршрут «Зов Торамы» характеризуется высоким качеством, что подтверждено Комитетом по импортозамещению в туризме при Минкультуры России. При этом с целью эффективных продаж и увеличения въездного туристского потока требуется дальнейшая доработка его отдельных элементов во взаимодействии с заинтересованными сторонами и активными направлениями (г. Москва, соседние регионы, финно-угорские страны и регионы России, а также страны с традиционно высокими показателями въезда в Российскую Федерацию и страны, чьи национальные сборные играли в г. Саранске во время Чемпионата мира по футболу 2018 г.).

Брендовые этнические маршруты созданы только в трех финно-угорских ре-

Таблица. Утвержденные брендовые маршруты России*

Table. Approved brand tour itinerary of Russia

№ п/п	Субъект Российской Федерации / The subject of the Russian Federation	Брендовый маршрут / Brand tour itinerary
Северо-Западный федеральный округ / Northwestern Federal District (15 маршрутов) (15 routes)		
1	Архангельская область / Arkhangelsk region	«Архангельск: здесь начинается Арктика» / “Arkhangelsk: the Arctic begins here”
2	Архангельская область / Arkhangelsk region	«Каргопольская гостеба» / “Kargopol guest”
3	Архангельская область / Arkhangelsk region	«Каргополье – край спрятанного времени» / “Kargopolje – the edge of the hidden time”
4	Вологодская область / Vologodskaya region	«Горячее сердце Русского Севера» / “Hot Heart of the Russian North”
5	Вологодская область / Vologodskaya region	«Душа Русского Севера» / “The Soul of the Russian North”
6	Калининградская область / Kaliningrad region	«Янтарная мозаика» / “Amber Mosaic”
7	Костромская область / Kostroma region	«В краю волшебном, где Снегурочка живет» / “In the edge of the magical, where the Snow Maiden lives”
8	Новгородская область / Novgorod region	«Повесть временных лет» / “Tale of Bygone Years”
9	Республика Карелия / Republic of Karelia	«Карельская сказка» / “Karelian tale”
10	Санкт-Петербург / St. Petersburg	«Императорский Маршрут» (Санкт-Петербург) / “Imperial Route” (St. Petersburg)
11	Санкт-Петербург / St. Petersburg	«Истории и тайны Средневекового Выборга» / “Stories and Secrets of Medieval Vyborg”
12	Псковская область / Pskov region	«Грибы и гении растут в провинции» / “Mushrooms and geniuses grow in the provinces”
13	Псковская область / Pskov region	«Императорский маршрут. Последний Романовы в Пскове» / “The imperial route. The Last Romanovs in Pskov”
14	Псковская область / Pskov region	«Большая Псковская Энциклопедия» / “Big Pskov Encyclopedia”
15	Псковская область / Pskov region	«Золотая легенда средневековой Руси» / “Golden Legend of Medieval Russia”
Центральный федеральный округ / Central Federal District (14 маршрутов) / (14 routes)		
16	Белгородская область / Belgorod region	«Заповедные уголки Белогорья» / “Reserved corners of Belogoriya”
17	Белгородская область / Belgorod region	«Славная Белгородчина. Память о Великих предках» / “Nice Belgorodchina. The memory of the great ancestors”
18	Брянская область / Bryansk region	«Продлись, продлись очарование...» / “Have lasted, have lasted charm...”
19	Воронежская область / Voronezh region	«В поисках литературных сокровищ» / “In search of literary treasures”
20	Ивановская область / Ivanovo region	«Ивановские манеры» / “Ivanovo manners”
21	Калужская область / Kaluga region	«Калуга. Точка отсчета» / “Kaluga. Starting point”
22	Липецкая область / Lipetsk region	«Неоконченная пьеса русской усадьбы» / “The unfinished play of the Russian manor”
23	Орловская область / Oryol Region	«Дворянское гнездо – литературный венец Орловской Губернии» / “Noble Nest – the literary crown of the Oryol Province”
24	Подмосковная область / Moscow region	«Узоры Подмосковья» / “Patterns of Moscow Region”
25	Рязанская область / Ryazan Oblast	«Дом с мезонином: гнездо семьи и рода» / “House with a mezzanine: the nest of family and kind”
26	Смоленская область / Smolensk region	«Романтика дворянских поместий земли Смоленской» / “Romance of the noble estates of Smolensk land”
27	Тамбовская область / Tambov Region	«Русские усадьбы на рубеже веков» / “Russian estates at the turn of the century”
28	Тульская область / Tula region	«Русские усадьбы. Тульская область» / “Russian estates. Tula region”
29	Ярославская область / Yaroslavl region	«Старая сказка на новый лад» / “The old tale in a new way”

Приволжский федеральный округ / Volga Federal District (9 маршрутов) / (9 routes)		
30	Пермский край / Perm region	«Династия Романовых в истории Пермского края» / “The Romanov dynasty in the history of the Perm region”
31	Пермский край / Perm region	«НеобыЧАЙные истории земли Пермской» / “The unusual history of the land of Perm”
32	Пензенская область / Penza region	«По Лермонтовским и Купринским местам» / “On the Lermontov and Kuprin places”
33	Республика Марий Эл / Mari El Republic	«Чудеса земли Марийской» / “Wonders of the land of Mari”
34	Республика Марий Эл / Mari El Republic	«Край звонких гуслей» / “The land of voiced gusley”
35	Республика Мордовия / The Republic of Mordovia	«Зов Торамы» (2 дня, 3 дня) / “Call of Torama” (2 days, 3 days)
36	Самарская область / Samara Region	«Жигулевские выходные» / “Zhiguli weekend”
37	Саратовская область / Saratov region	«Золотые огни Саратова» / “Golden Lights of Saratov”
38	Ульяновская область / Ulyanovsk region	«Дворянин на Волге» / “Nobleman on the Volga”
Сибирский федеральный округ / Siberian Federal District (6 маршрутов) / (6 routes)		
39	Алтайский край / Altai region	«Барнаул ждет Вас» / “Barnaul is waiting for you”
40	Красноярский край / Krasnoyarsk region	«К берегам Енисея» / “To the banks of the Yenisei”
41	Томская область / Tomsk region	«Императорский маршрут. Томск под скипетром Романовых» / “Imperial route. Tomsk under the scepter of the Romanovs”
42	Томская область / Tomsk region	«Томск – Сердце Сибири!» / “Tomsk – The Heart of Siberia!”
43	Тюменская область / Tyumen region	«Императорский Маршрут» (Тюменская обл.) / “Imperial Route” (Tyumen region)
44	Тюменская область / Tyumen region	«Чайный путь – Врата Сибири» / “Tea Road – Gates of Siberia”
Дальневосточный федеральный округ / Far Eastern Federal District (3 маршрута) / (3 routes)		
45	Республика Бурятия / The Republic of Buryatia	«Легенды Бурятии» / “Legends of Buryatia”
46	Республика Саха (Якутия) / The Republic of Sakha (Yakutia)	«Гостеприимная Якутия. Праздник Ысыах – якутский Новый Год» / “Hospitable Yakutia. Holiday Ysyakh – Yakut New Year”
47	Республика Саха (Якутия) / The Republic of Sakha (Yakutia)	«Удивительная Якутия» (с дополнительным посещением песчаных дюн) / “Amazing Yakutia” (with a visit to the sand dunes)
Уральский федеральный округ / Ural federal district (2 маршрута) / (2 routes)		
48	Свердловская область / Sverdlovsk region	«Императорский маршрут» (Свердловская обл.) / “The Imperial Route” (Sverdlovsk Region)
49	Свердловская область / Sverdlovsk region	«Самоцветные истории Урала» (3 дня, 4 дня) / “Gemstones stories of the Urals” (3 days, 4 days)
Южный федеральный округ / Southern Federal District (2 маршрута) / (2 routes)		
50	Астраханская область / Astrakhan region	«Путешествие сквозь время: по следам Великого шелкового пути» (летняя программа, круглогодичная программа) / “Journey through time: in the footsteps of the Great Silk Road” (summer program, year-round program)
51	Ставропольский край / Stavropol region	«Усадьбы Юга России» (3 дня, 4 дня) / “Manors of the South of Russia” (3 days, 4 days)

* Официальный сайт Ассоциации туроператоров России. URL: <http://www.atorus.ru>

Official website of the Association of Tour Operators of Russia. URL: <http://www.atorus.ru>

гионах. Опыт Республики Мордовия по формированию брендового этнического маршрута может быть успешно применен в других субъектах Российской Федера-

ции, в том числе в республиках Коми и Удмуртия, Ямало-Ненецком и Ханты-Мансийском автономных округах, имеющих потенциал развития этнического туризма.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Емельянова Н. А., Жулина М. А., Карасев А. С. [и др.]; под общ. ред. доц. М. А. Жулиной. Территориальная организация туризма в Республике Мордовия: моногр. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2017. 272 с.
2. Жулина М. А., Кицис В. М. Локальные туристские кластеры Республики Мордовия: формирование и функционирование // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. Т. 10, № 1. С. 75–82.
3. Жулина М. А. Финно-угорские регионы Урала и Поволжья // Где я должен побывать, чтобы познать Россию: моногр. / под ред. В. М. Котлякова [и др.]. Москва: Кодекс, 2018. Кн. 3. С. 234–256.
4. Зырянов А. И. Региональная топология туризма // География и туризм: сб. науч. тр. Пермь: Пермский университет, 2005. Вып. 1. С. 81–99.
5. Карасев А. С., Жулина М. А., Кицис В. М. Территориальная структура туристско-рекреационного потенциала финно-угорских регионов России: моногр. Саранск: Издатель Константин Шапкарин, 2017. 140 с.
6. Козин В. В., Кирдяшкина Т. И. Мониторинг посещаемости объектов этнического туризма в Республике Мордовия в 2017 г. // Финно-угорский мир. 2018. № 3. С. 86–94.
7. Мажар Л. Ю. Территориальные туристско-рекреационные системы: геосистемный подход к формированию и развитию: автореф. дис. ... д-ра геогр. наук. Санкт-Петербург, 2009. 32 с.
8. Технологии управления и саморегулирования в сфере туризма: моногр. / В. И. Кружалин, Н. В. Шабалина, Е. В. Аигина [и др.]. Москва: Диалог культур, 2014. 328 с.

Поступила 16.01.2019, опубликована 29.03.2019

TOUR ITINERARY “THE CALL OF TORAMA” FOR THE DEVELOPMENT OF ETHNIC TOURISM IN THE REPUBLIC OF MORDOVIA

Ekaterina M. Gavina,

*Director of Tourist Information Center of the Republic of Mordovia
(Saransk, Russia), gavina@list.ru*

Marina A. Zhulina,

*Candidate Sc. (Geography), Associate Professor, Head of the Department of Tourism,
Ogarev Mordovia State University,
Deputy Minister for Culture, National Policy, Tourism and Archival Affairs of the Republic
of Mordovia (Saransk, Russia), mzhulina@mail.ru*

Liudmila V. Sotova,

*Candidate Sc. (Geography), Associate Professor, Department of Tourism,
Ogarev Mordovia State University
(Saransk, Russia), sotova@mail.ru*

Maksim I. Firstov

*Head of Tourism Development Division,
Ministry for Culture, National Policy, Tourism and Archival Affairs of the Republic of Mordovia
(Saransk, Russia), firstovmi@e-mordovia.ru*

The rich cultural heritage of Finno-Ugric peoples is a self-important and an integral part of Russian and world culture. Tourism makes popular historical, cultural and natural monuments, folk crafts, national cuisine and parts of non-material culture, thus contributing to their preservation and development. Nowadays for many indigenous peoples of Russia (especially those, whose numbers are small) the development of ethnic tourism is an only way to preserve the traditions and customs. For that reason, the development of ethnic tourism, and in particular shaping a competitive tourism in Finno-Ugric regions are highly relevant. The Republic of Mordovia as the national region situated in the center of the European part of Russia has some advantages in the development of regional market of tourism services. The presence of unique heritage of Mordovian national culture, including places of interest, customs of national art crafts, regular events, national cuisine etc., makes ethnic tourism one of the main priorities for the development of Mordovia. The purpose of this study is to define efficient ways for the development of ethnic tourism in the Republic of Mordovia and establish a competitive ethnic itinerary based on the identified criteria for tour itineraries on the present-day market.

The research efforts led to the setting up ethnic itinerary “The call of Torama”, aimed at the unification of competitive elements of regional tourism and providing effective sales of the itinerary on the Russian tourist market. The itinerary is a weekend tour. It is based on the objects of ethnic tourism, complemented by the visits to the main attractions of Saransk and areas of the Republic of Mordovia.

«The call of Torama» is included in the branded itinerary list of Russia. The experience of the Republic of Mordovia in the formation of a branded ethnic itinerary can be successfully applied in other regions. The article analyzes the strengths and weaknesses of the itinerary and provides recommendations for its improvement.

Key words: cultural tourism; ethnic tourism; objects of ethnic tourism; tourist potential; tour itinerary; branded itinerary; Finno-Ugric space.

For citation: Gavina EM, Zhulina MA, Sotova LV, Firstov MI. Tour itinerary “The Call of Torama” for the development of ethnic tourism in the Republic of Mordovia. *Finno-ugorskii mir* = Finno-Ugric World. 2018; 4: 74–87. (In Russian)

REFERENCES

1. Emelianova NE, Zhulina MA, Karasev AS. Territorial tourism organization in the Republic of Mordovia. Saransk; 2017. (In Russian)
2. Zhulina MA, KitsisVM. Local tourism clusters of the Republic of Mordovia: formation and functioning. *Sovremennye problemy servisa i turizma* = Contemporary challenges of service and tourism. 2016; 10; 1: 75–82. (In Russian)
3. Zhulina MA. Finno-Ugric regions of Ural and Volga region. *Gde ia dolzhen pobyyvat chtoby poznat' Rossiyu* = What I have to visit to learn Russia. Moskva; 2018; 3: 234–256. (In Russian)

4. Zirianov AI. Regional topology of tourism. *Geografiia i turizm* = Geography and tourism. Perm; 2005: 81–99. (In Russian)
5. Karasev AS, Zhulina MA, Kitsis VM. The territorial structure of tourist and recreational potential of Finno-Ugric regions of Russia. Saransk; 2017. (In Russian)
6. Kozin VV, Kirdiashkina TI. The attendance monitoring of ethnic tourist destinations in the Republic of Mordovia, 2017. *Finno-ugorskii mir* = Finno-Ugric world. 2018; 3: 86–94. (In Russian)
7. Mazhar LA. Territorial tourist recreational systems: geosystematical approach for formation and development. Abstract of dis. ... Dr. Geogr. Sci. Sankt-Peterburg; 2009. (In Russian)
8. Kruzhalin VI, Shabalina NV, Aigina EV. Management technologies and self-policing in tourism. Moskva; 2014. (In Russian)

Submitted 16.01.2019, published 29.03.2019