

Научная статья

УДК 338.486

DOI 10.18101/2304-4446-2021-3-81-88

**ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА
КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА
(на примере Республики Бурятия)**

© Старкова Ирина Ивановна

кандидат социологических наук, доцент,
Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а
irina-ivanovna.8@mail.ru

© Кондрашова Евгения Владимировна

кандидат технических наук, доцент,
Восточно-Сибирский государственный институт культуры
Россия, 670031, г. Улан-Удэ, ул. Терешковой, 1
con.evg@mail.ru

© Мантатова Арюна Валериановна

кандидат географических наук, доцент,
Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а
arma_1@mail.ru

Аннотация. Сегодня практически каждая страна и даже отдельные регионы и города развивают свой бренд. Работа бренда на внутренние аудитории играет одну из главных ролей. Именно жители страны и компании, работающие в сфере туризма и вне ее, будут создавать те впечатления, которые обещает бренд страны своим гостям. В статье на основе анализа спроса и предложений, оценки туристических ресурсов, тенденций развития внутреннего рынка туризма республики предложена модель культурно-познавательного тура «Краса Бурятии», который обладает рядом конкурентных преимуществ и позволит привлечь туристов в Республику Бурятия. Тема женской красоты практически не имеет отдельного, узкого раскрытия в программах путешествия по Бурятии. На территории Республики Бурятия проживают необычайно красивые девушки, представители многих национальностей, особенно русского и коренного бурятского населения. Продолжительное совместное проживание народов сформировало уникальное культурное поле, где традиции отдельных народов переплелись в быте, творчестве, подходах к производству товаров и реализации услуг.

Ключевые слова: туризм, культурно-познавательный туризм, бренд, бренд территорий

Для цитирования

Старкова И. И., Кондрашова Е. В., Мантатова А. В. Формирование бренда как фактор развития внутреннего туризма (на примере Республики Бурятия) // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. 2021. № 3. С. 81–88.

В настоящее время брендинг регионов России активно развивается, но точного определения бренда территории до сих пор не существует. Некоторые исследова-

дователи считают, что он четко систематизирован и измеряется в экономических показателях, другие определяют его как некий образ, приносящий прибыль своим разработчикам [2].

За географический брендинг у нас в стране и регионе в частности все же взялись. Порой его делают топорно, порой бездумно копируют западный опыт, но всё чаще в этой области появляются действительно удачные и интересные проекты, учитывающие российскую специфику и подчеркивающие местный колорит. В основном это связано именно с туристическими брендами. Для начала разберемся, что вообще можно брендировать. Брендом может стать какой-то конкретный географический объект: город, гора, река, озеро, вулкан и так далее. Миллионы туристов едут посмотреть на вулкан Везувий, озеро Байкал, взобраться на Эверест. Эти объекты притягательны сами по себе, они хорошо известны среди аудитории, их изображения брендировать кружки, футболки и прочую сувенирную продукцию. Да и сами они обзаводятся айдентикой. Например, свой логотип есть у Ниагарских водопадов. То же самое справедливо и для памятников культуры: Эйфелева башня, Тадж-Махал, Колизей и так далее [1].

Бывает, в какой-то местности есть несколько похожих объектов. Делать каждому отдельный бренд и раскручивать его может быть нецелесообразным. Эти мелкие брендики будут тщетно конкурировать друг с другом, аудитория получит лишь информационный шум и запутается. Или такая ситуация: эти небольшие объекты расположены неподалеку от известного и притягательного. Тогда созданный бренд окажется в тени гиганта, и аудитория его просто не заметит. Часто выходом становится объединение нескольких интересных объектов в единую цепь. Тогда это будет уже не какофония разрозненных недобрендов, пытающихся перекричать друг друга, а стройный хор — бренд целого туристического маршрута. Это не мешает отдельным туристическим объектам иметь собственные бренды. Более того, если они при этом объединены в маршрут, они будут не конкурировать, а дополнять и усиливать друг друга. Раскрученные объекты тоже есть смысл включать в брендирование маршрута, поскольку привлечет поток туристов.

Когда мы разрабатывали туристический маршрут «Краса Бурятии» как средство формирования туристического бренда в Республике Бурятия, то решили не фокусировать внимание на конкретном объекте. Динамическая айдентика использует образы разных достопримечательностей и видов отдыха, который туристы могут получить в регионе.

Тур «Краса Бурятии» обладает рядом конкурентных преимуществ:

1. Уникален (аналогов программе на рынке не существует).
2. Вариативность (каждый компонент легко заменим равнозначной услугой в зависимости от национальности, возраста и прочих характеристик туристической группы).
3. Круглогодичный (сезон особого значения не имеет).
4. Широкая целевая группа (программа тура ориентирована на широкий круг потребителей).
5. Легко модифицируется (при необходимости существует возможность включения в программу обслуживания отдых на оз. Байкал).
6. Количество человек в группе может варьироваться от 5–10 чел.

Мотивом поездки для туристов выступает получение эмоций и впечатлений, познавательный интерес к красоте и моде. Это преимущественно женщины, интересующиеся историей и культурой других народов, экономическое положение которых позволяет внести в бюджет статью «отдых и путешествия», а также люди, которые стремятся повысить свой культурный уровень и обрести эстетическое удовольствие, погрузиться в богатое культурное наследие республики, получить «заряд» красотой, ведь женщинам Бурятии есть чем поделиться с гостями республики. Исторически сложившийся опыт бытования женского населения Бурятии может позволить современной девушке, женщине найти и принять себя через опыт путешествия, привнести в свою жизнь знания о красоте, подаренной природой, и наследие десятков поколений женщин. Наибольший интерес тур вызывает у девушек от 25–60 лет. Люди, у которых сформировались особые взгляды, интересы, привычки, четкое осознание своих целей в жизни.

Каждая историческая эпоха отражала представление о женской красоте. Оно складывалось исходя из климатических условий, политических, экономических и других особенностей общественной жизни, в соответствии с которыми в коллективном сознании формируются стереотипные представления об этике и эстетике, нравственности, морали, духовной жизни, и даже связаны с обычаями и традициями, а также особенностями быта разных народов, классов и сословий. Да, туризм — это такой сегмент, в котором преобладает эмоциональное потребление.

Красота — это не только эстетическая, но и социальная категория. В течение многих веков изменения идеалов красоты, формы и кроя одежды были социально заданными, так как отражали эстетические требования небольшой привилегированной части общества. Одежда многие столетия подчеркивала сословные различия: дворяне, купечество, ремесленники и крестьяне, для каждого сословия были определенные виды одежды, тканей и украшений¹.

Культурно-познавательный тур «Краса Бурятии» преследует познавательную цель — знакомство с культурой, традициями, бытом народов Бурятии. Тип маршрута — радиальный, так как маршрут начинается и завершается в г. Улан-Удэ. Количество туристов в группе — от 5 чел. Продолжительность тура — 6 дней / 5 ночей. Обслуживание на маршруте осуществляется круглогодично. Протяженность маршрута — 288 км. В программу тура включены следующие экскурсии и анимационные программы:

- обзорная экскурсия в Этнографическом музее народов Забайкалья;
- тематическая лекция «Чайная церемония» (туристическая компания Байкал-Бурятия);
- экскурсия «Недры Бурятии» (Бурятский научный центр);
- выставка «Серебро Бурятии» (Художественный музей им. Ц. С. Сампилова)²;
- обзорная экскурсия на фабрике «Ориэнтал Вэй»;
- программа «К потомкам староверов семейских», с. Тарбагатай;

¹ Тимошук М. Г., Гузенина С. В. Красота как социальный феномен. URL: http://www.tsutmb.ru/nayk/nauchnyie_meropriyatiya/int_konf/mezhdunarodnyie/obshhestvo,_o_bshhnosti_chelovek_v_poiskax_vechnogo_mira/krasota_kak_soczialnyij_fenomen (дата обращения: 15.03.2021). Текст: электронный.

² Замена — выставка «АРТ-БЭЛИГ».

- анимационная программа в этнокомплексе «Степной Кочевник», с. Нарын-Ацагат;
- лекция о дизайне и моде (дизайнер — Шидэ Найданова);
- мастер-класс «Традиционные бурятские украшения», (ювелирная мастерская «Natali»);
- мастер-класс по этноросписи сумок (туристическая компания Байкал-Бурятия).

В первый день туристов встречают в отеле «Ulan-Ude Park Hotel». Месторасположение в центре г. Улан-Удэ, наличие транспортной связки с основными туристическими объектами, удобные подъездные пути, в наличии собственная парковка. Туристов размещают в номерах высшей категории — «Джуниор Сьюит». Гости оценят личную ванную комнату, наличие индивидуальных косметических принадлежностей, фена, халата, удобное зеркало для макияжа. После размещения туристам предлагается время для отдыха, чтобы набраться сил и отправиться в путешествие, наполненное эстетикой и красотой.

Первой остановкой путешествия является Этнографический музей народов Забайкалья — единственный в Республике Бурятия музей под открытым небом паркового типа. Помимо архитектуры группа может осмотреть и бытовое убранство, национальные костюмы народов Бурятии.

После посещения музея группа направляется в гостиницу на обед в ресторан «Voyage». В меню представлены лучшие мировые кухни, отличающиеся аутентичностью ингредиентов и вкусов. Все блюда адаптированы под новейшие тенденции, используются современный дизайн блюд и подача. Меню включает как традиционные блюда, так и различные фирменные блюда. Кулинарию Республики Бурятию представляют традиционная белая пища, буузы (рубленое мясо в тесте, приготовленное на пару), шарбин (лепешка с мясом), шулэн (суп-лапша), боовы (мучной десерт) и др.

Далее остановка по «плану» — встреча с «чаем». Бурятия — один из участков Великого чайного пути, проходящего через Китай, Монголию и Россию. Чай является частью истории и культуры Бурятии. Занимает особое место в жизни местного населения, ни одна трапеза в семьях Бурятии не обходится без чая! Особой любовью пользуются и травяные чаи — природный дар каждому жителю Бурятии. Чай, сваренный из байкальских трав, обладает огромной оздоровительной и омолаживающей силой. Формат беседы, свободного общения оценит любая девушка, это время для знакомства, получения новых знаний за чашечкой чая, который вдобавок обладает целебными свойствами красоты. Поэтому после обеда мы отправляемся в ресторан «Voyage», чтобы приятно провести время за дегустацией местных чайных сборов. Под расслабляющую музыку и аромат благовоний, сделанных из трав, собранных в горах Бурятии, мы слушаем лекции о чае и моде. Один из «хитов» чаепития — знаменитый чай из растения сагаандали. Он обладает множеством полезных свойств, в далёком прошлом оно было доступно только избранным: его применяли восточные императоры в качестве эликсира молодости. После полезного и душевного чаепития у нас есть свободное время перед ужином, который будет проходить в ресторане «Voyage».

Второй день путешествия знакомит группу с неотъемлемым атрибутом женской красоты — украшениями. Традиционными материалами для изготовления

женских украшений на территории Бурятии являются серебро, золото, драгоценные и полудрагоценные камни (нефрит, янтарь). В недрах Бурятии скрыто огромное богатство полезных ископаемых, по примерным подсчетам их стоимость составляет порядка 135 млрд долларов! Среди них большая часть золота (84%), нефрита (62%) и серебра (55%). И во второй день первым делом группа отправляется в музей Бурятского научного центра, где посещаем экспозицию «Недра Бурятии». Здесь показаны коллекции разноокрашенных нефритов, подборка декоративного мрамора, разнообразных халцедонов, кварца, лазурита, родонита, чароита и др. Изделия из камня — ювелирные украшения, сувениры, поделки — прекрасно характеризуют всю цветовую палитру камнесамоцветного сырья Забайкалья. Экскурсию проводит научный работник Бурятского научного центра. После посещения экспозиции «Недра Бурятии» туристы отправляются на выставку «Серебро Бурятии», которая проходит в Художественном музее им. Ц. С. Сампилова. «Чем больше украшений, тем сильнее защита» — так было принято у бурятского народа. Поэтому украшениям уделялось большое внимание. Каждый элемент имел свой смысл. Украшения буряты любили громоздкие, богато оформленные и желательны из серебра. Именно этот вид металла считался самым чистым и ценился дороже золота. Традиционно в украшениях использовались кораллы, нефрит и др. Туристы узнают об истории появления кораллов в украшениях женщин-буряток, ведь оз. Байкал не «богат» кораллами. На выставке представлены классические женские украшения бурят Забайкальского региона XIX–XX вв., отличающиеся богатством ассортимента прикладного назначения, — различные накладки, налобное украшение из серебра (юбуун), косички на висках (ханшаг) и на макушке (сааж), серебряные сережки в форме кольца (гариха), вариативное многообразие височно-нагрудных, нагрудных, наплечных, поясных украшений (ожерелье с колокольчиками — хонхо), колец, серег и браслетов, а также комплекс костюма с украшениями женщины из племени сартулов. Девушка, надевавшая на себя полный комплект украшений, обретала внутреннее достоинство, ощущала себя центром Вселенной. Нередко все достояние семьи — это украшения женщины, так дорого они оценивались. Также у гостей есть уникальная возможность примерить на себе эти шикарные украшения!

На случай возникновения форс-мажорной ситуации группа может посетить выставку «АРТ-БЭЛИГ», расположенную в Художественном музее им. Сампилова. Выставка признана пропагандировать современное бурятское искусство и народное творчество. Здесь представлены новые работы современных мастеров Бурятии, а это более 200 экспонатов в разных стилях и жанрах. Тематический диапазон выставки разнообразен: живопись, графика, скульптура, декоративно-прикладное искусство (резьба по кости и дереву, серебряные украшения, чеканка, тестопластика и др.). У туристической группы есть возможность приобрести что-то в подарок своим родным и близким. После увлекательных выставок группа отправляется на обед в ресторан «Voyage». После обеда группа отправляется на фабрику «№ 1» в России по добыче и обработке нефрита — «Ориентал Вэй». Камень Земли и Неба, Мудрости и Вечности — так говорят о нефрите. Экскурсовод ответит на вопросы: почему именно так ценится нефрит; как отличить оригинал от подделки; какие легенды существуют о камне. Своими глазами увидим, как обрабатывают ценный камень, подержать в руках, приобрести прекрасные

украшения, сувениры из драгоценного камня! После познавательного дня нас ждёт ужин в ресторане «Voyage» и свободное время.

На третий день группа отправляется в с. Тарбагатай познакомиться с представителями семейских в Бурятии! На территории Бурятии в далекие годы переселились староверы, так называемые семейские. Их отличала неистребимая потребность в красоте, которая внешне выражается в яркости и буйстве красок. Стремление, чтобы «браво было», находит отражение во всем: в одежде, украшении, утвари, резьбе по дереву и росписи домов. Старообрядцы в Забайкалье выделялись одеждой, комплекс которой оформился в XVII — начале XVIII в., когда староверы проживали в Польше. Поскольку контингент старообрядческого населения, проживающего в пределах Польши, составляли жители из разных областей России, то это повлияло на оформление костюма семейских. Первым делом мы отправляемся в музей культуры и быта староверов, там представлена различная атрибутика (украшения, костюмы, кухонная утварь и др.), раскрывающая культуру и традиции старообрядцев. Мы увидим солнечный камень — янтарь! Считается, что янтарь способен принести большую удачу своему владельцу, наделить его жизненной силой, бодростью, заставить «светиться изнутри». Группе расскажут, как янтарь появился в украшении семейских, как камень стал атрибутом наряда женщин семейских. После мы отправляемся на обед с семейскими, где представлены традиционные блюда и напитки. Интересное и увлекательное действие ждет группу после обеда. Какая девушка не мечтает о запоминающемся торжестве? Группе предстоит познакомиться с традициями яркой, самобытной семейской свадьбы. Гости могут узнать о канонах красоты невесты в семьях семейских. Любая из гостей может облачиться в костюм невесты — яркие юбки и сарафан, пройти обряд и испытать бурю эмоций! После посещения деревни староверов группа возвращается в г. Улан-Удэ. Перед ужином в ресторане «Voyage» у группы запланировано свободное время. После трапезы гости смогут отдохнуть, набраться сил для следующего дня.

На четвертый день путешествия группа отправляется в этнокомплекс «Степной кочевник», который находится в с. Нарын-Ацагат. Гости могут облачиться в национальные костюмы, поучаствовать в национальных бурятских обрядах, научиться танцевать знаменитый зажигательный национальный танец «Ехор»! В ехоре сочетаются поэзия и пластика, мелодии, ритм телодвижения. Танцуют его только по кругу слева направо, т. е. за направлением движения Солнца. Главная особенность ехора — это коллективность исполнения, ехор всегда сопровождается пением, заряжает особенной энергетикой. При исполнении ехора человек передает свои чувства — радости, силы, стремления, отваги или тоски, обиды, скорби. В них отражены темы воспевания природы, труд и любовь! В этнокомплексе расскажут все тонкости и особенности бурятской кухни. Почему именно белая пища так ценится у бурят и что такое «тридцать три защипа» мы узнаем за обедом!

Бурятия не только богата историческим наследием, но и творчеством современных мастеров. Следующей остановкой путешествия является встреча с известным дизайнером Бурятии Шидэ Найденовой¹! Она дизайнер-стилист, кото-

¹ Возможна организация встреч с другими современными дизайнерами.

рая представляет свои коллекции на «BaikalFashionWeek» и «Торгон зам». В 2015 г. представила в Италии на римской неделе моды свою коллекцию «Этногранж», созданную вместе с этногалереей «Орда». Стилист-имиджмейкер занимается созданием индивидуального стиля, адаптирует традиционные атрибуты бурятского женского костюма в современной интерпретации. «Орнамент, каллиграфия и живопись в руках дизайнера Шидэ Найдановой приобретают современное звучание. Ее коллекции, гармонично сочетающие традиционные мотивы и бунтарские атрибуты, хочется носить» — так отзываются поклонники творчества дизайнера. После интересного дня мы отправимся в гостиницу. После ужина в ресторане «Voyage» группе предоставляется свободное время.

Узнав все о тонкостях традиционной и современной одежды, украшений, на пятый день группа после завтрака отправляется на мастер-класс в ювелирную мастерскую Натальи Балдаевой. Мы узнаем все о технологии создания национальных украшений, о приемах работы с серебром, а самое главное — сможем изготовить украшения, которые можно забрать себе. Следующий мастер-класс посвящен этноросписи льняных сумок. Традиции экологического воспитания характерны для всех народов Бурятии, поэтому такой мастер-класс символичен, объединяет прошлое и современность. Уникальная сумка послужит отличной альтернативой пластиковым пакетам, вредным для окружающей среды. После увлекательных мастер-классов мы отправляемся на обед в ресторан «Voyage». Все девушки любят шопинг, и путешественницы не исключение! После обеда группа отправляется по магазинам, в которых сможет приобрести уникальные и интересные бурятские украшения, сувениры, одежду с бурятским орнаментом и многое другое! Для посещения группе предлагаются салоны украшений и одежды сети «Серебряный мир», магазины «Ethno Market ZAM» и др. Вечером нас ждет праздничный ужин в одном из лучших ресторанов г. Улан-Удэ — «Мэргэн». За ужином будут представлены изысканные блюда на выбор. Также ресторан предлагает гостям творческую программу современной эстрады Бурятии. На следующий (заключительный) день группе предлагается завтрак и трансфер по желанию до аэропорта, железнодорожного вокзала.

Тема женской красоты практически не имеет отдельного, узкого раскрытия в программах путешествия по Республике Бурятия. На территории республики проживают необычайно красивые девушки, представители многих национальностей, особенно русского и коренного бурятского населения. Продолжительное совместное проживание народов сформировало уникальное культурное поле, где традиции прекрасного отдельных народов переплелись в быте, творчестве, подходах к производству товаров и реализации услуг. Путешествие к истокам традиционной красоты или изучение современных канонов моды — все это можно найти в Бурятии. Погрузиться в необычайно богатое культурное наследие республики, получить «заряд» красотой, ведь женщинам Бурятии есть чем поделиться с гостями республики.

Литература

1. Колодий Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте: учебное пособие для магистратуры. Москва: Юрайт, 2019. 326 с. Текст: непосредственный.

2. Джанджугазова Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий: учебное пособие для СПО. 3-е изд., испр. и доп. Москва: Юрайт, 2019. 208 с. Текст: непосредственный.

Статья поступила в редакцию 15.04.2021; одобрена после рецензирования 30.07.2021; принята к публикации 18.08.2021.

BRANDING AS A FACTOR OF DOMESTIC TOURISM DEVELOPMENT
(the case of the Republic of Buryatia)

Irina I. Starkova

Cand. Sci. (Sociol.), A/Prof.
Dorzhi Banzarov Buryat State University
24a Smolina St., Ulan-Ude 670000, Russia
irina-ivanovna.8@mail.ru

Evgeniya V. Kondrashova

Cand. Sci. (Engineering), A/Prof.,
East-Siberian State Institute of Culture
1 Tereshkovoy St., Ulan-Ude 670031, Russia
con.evg@mail.ru

Aryuna V. Mantatova

Cand. Sci. (Geogr.), A/Prof.,
Dorzhi Banzarov Buryat State University
24a Smolina St., Ulan-Ude 670000, Russia
arma_1@mail.ru

Today, almost every country and even individual regions and cities are developing their own brands. The brand's work for internal audiences plays a major role. Residents of the country and companies working in the field of tourism will create the impressions that the country's brand promises to its guests. Based on the analysis of demand and supply, assessment of tourist resources, development trends of the tourism market of Buryatia, we have proposed a model of the cultural and educational tour "Beauty of Buryatia", which has a number of competitive advantages and will attract tourists to the republic. Female beauty has no a specific disclosure in travel programs of Buryatia. Unusually beautiful girls live on the territory of Buryatia, they are representatives of many nationalities, the most numerous of them are the Russians and the Buryats. Long-term cohabitation of peoples has formed a unique cultural field, where the traditions of individual peoples are intertwined in everyday life, creativity, production of goods and provision of services.

Keywords: tourism, cultural and educational tourism, brand, brand of territories

For citation

Starkova I. I., Kondrashova E. V., Mantatova A. V. Branding as a Factor of Domestic Tourism Development (the case of the Republic of Buryatia). *Bulletin of Buryat State University. Economy and Management*. 2021; 3: 81–88 (In Russ.).

The article was submitted 15.04.2021; approved after reviewing 30.07.2021; accepted for publication 18.08.2021.