

УДК 316.4:379.83 (470.345)

**КИРДЯШКИНА ТАТЬЯНА ИВАНОВНА**

старший научный сотрудник отдела мониторинга демографии и трудовых процессов, Государственное казенное учреждение Республики Мордовия «Научный центр социально-экономического мониторинга», Россия, г. Саранск  
e-mail: kird2k6@yandex.ru

**МУХАМЕТЗЯНОВА АЛИСА РАШИДОВНА**

старший научный сотрудник отдела мониторинга социальных процессов, Государственное казенное учреждение Республики Мордовия «Научный центр социально-экономического мониторинга», Россия, г. Саранск,  
e-mail: alisa\_m@mail.ru

DOI:10.26726/1812-7096-2021-12-184-190

### ТУРИСТИЧЕСКАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ В ОЦЕНКАХ ГОСТЕЙ РЕГИОНА

**Аннотация.** В статье рассматриваются факторы развития регионального туризма на основе анкетного опроса гостей региона, анализируется опыт исследований туристической привлекательности российских регионов, их туристического потенциала, который позволил выделить общие проблемы развития туристической отрасли. **Целью данной работы** является оценка возможностей инфраструктуры туризма и рекреационного потенциала Республики Мордовии. **Методом** сбора первичной социологической информации был выбран опрос граждан, въезжающих в республику. Объем выборочной совокупности составил 201 чел. с погрешностью  $\pm 5\%$ . **Результаты:** исследована структура въездного потока по целям поездки и региону выбытия; изучена частота поездок; выявлены компоненты, способствующие или препятствующие туристической привлекательности территории. В результате анализа социологических данных были сделаны выводы о низкой конкурентоспособности регионального туристического продукта, обусловленной, в первую очередь, неразвитостью туристической инфраструктуры и слабой информационной поддержкой.

**Ключевые слова:** регион, туризм, туристическая привлекательность, туристический потенциал, туристическая инфраструктура, объекты туризма.

---

**KIRDYASHKINA TATIANA IVANOVNA**

Senior researcher of the Department of Monitoring Demography and Labor Processes, State State Institution of the Republic of Mordovia "Scientific Center for Socio-Economic Monitoring", Russia, Saransk,  
e-mail: kird2k6@yandex.ru

**MUKHAMETZYANOVA ALISA RASHIDOVNA**

Senior researcher of the Department of Monitoring of Social Processes, State State Institution of the Republic of Mordovia "Scientific Center for Socio-Economic Monitoring", Saransk, Russia,  
e-mail: alisa\_m@mail.ru

### TOURIST ATTRACTION OF THE REPUBLIC OF MORDOVIA IN THE RATINGS OF THE GUESTS OF THE REGION

**Abstract.** The article examines the factors of regional tourism development based on a questionnaire survey of guests of the region, analyzes the experience of research on the tourist attractive-

ness of Russian regions, their tourism potential, which allowed us to identify common problems of the development of the tourism industry. **The purpose** of this work is to assess the possibilities of tourism infrastructure and recreational potential of the Republic of Mordovia. A survey of citizens entering the republic was chosen as a **method** of collecting primary sociological information. The volume of the sample totaled 201 people with an error of  $\pm 5\%$ . **Results:** the structure of the incoming flow by the purpose of the trip and the region of departure was investigated; the frequency of trips was studied; components contributing to or hindering the tourist attractiveness of the territory were identified. As a result of the analysis of sociological data, conclusions were drawn about the low competitiveness of the regional tourism product, primarily due to the underdevelopment of the tourist infrastructure and weak information support.

**Keywords:** region, tourism, tourist attraction, tourist potential, tourist infrastructure, tourism facilities.

**1. Введение.** Многие годы туристической отрасли республики уделялось недостаточно внимания и средств со стороны государственных структур и бизнеса, появились системные проблемы, решение которых требует комплексного подхода. В ходе масштабной исследовательской работы, проведенной учеными республики в 2016 г., были выявлены факторы, сдерживающие развитие туризма и реализацию туристического потенциала, в их число входят «инфраструктура, кадры, маркетинг, предпринимательская среда и законодательство» [1].

В сфере развития туризма Республика Мордовия по многим критериям значительно отстает от большинства регионов России. По результатам ежегодного мониторинга развития туристической отрасли в России составляется рейтинг туристической привлекательности регионов. Республика Мордовия в данном рейтинге в 2020 г. находится в конце списка и занимает 72-е место из 85 [2].

В настоящее время на государственном уровне предпринимаются меры по развитию туристической отрасли: разработана и утверждена Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. [3], планируется запуск нового национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» на 2021–2030 гг. [4]. На региональном уровне продолжают реализовываться мероприятия государственной программы Республики Мордовия «Развитие культуры и туризма» [5], эффективность которых пока еще сложно оценить. Однако по мнению экспертов появляются новые горизонты в развитии туристической отрасли, «акцент стратегического управления смещается в сторону субъектов РФ, обладающих условиями формирования основной или альтернативной специализации в сфере туризма и рекреации» [6].

Позитивное влияние на повышение туристического имиджа Республики Мордовия оказало проведение Чемпионата мира по футболу в 2018 г. За последние десять лет рейтинг региона претерпел некоторые изменения: в 2013 г. Мордовия находилась на 76-м месте в рейтинге, в 2017 г. в преддверии Чемпионата мира по футболу поднялась на несколько позиций вверх, заняв 70-е место, затем снова в 2020 г. немного потеряла позиции, спустившись на 72-е место.

Однако решение накопившихся проблем в туристической сфере региона – это длительный процесс, «в силу своего географического положения Республика Мордовия не может стать местом массового въезда туристов... Тем не менее грамотная маркетинговая стратегия, сконцентрированная на ключевых сегментах туристического рынка региона, способна сделать въездной туризм прибыльной составляющей региональной экономической системы» [1]. Мордовия обладает значительным потенциалом для развития этнического туризма, объекты национальной культуры традиционно вызывают интерес у туристов, даже среди жителей республики «...высок процент желающих посетить объекты этнического туризма» [7].

## 2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### 2.1 Цели и причины посещения региона

В рамках исследования в 2017 г. проведен опрос гостей республики в гостиницах, хостелах, домах отдыха, санаторных учреждениях. Большинство из них приехали из ближайших регионов: Самарской, Нижегородской, Оренбургской, Пензенской, Ульяновской, Саратовской, Московской, Калужской областей, Республик Татарстан, Чувашия и Башкортостан, а также г.



*Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Какова цель Вашей поездки?»*

При выборе направления поездки многие путешественники руководствовались хорошими отзывами о регионе (18,4%) и доступностью цен на стоимость проезда и туристических услуг (14,9%), каждый десятый опрошенный выбрал место отдыха из-за интересных достопримечательностей (9,0%) и природных ландшафтов (9,5%). При этом меньше всего их привлекала



*Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Почему для поездки Вы выбрали именно Мордовию?»*

Наиболее длительное пребывание в республике (11 и более суток) планировали приехавшие с лечебно-оздоровительными целями (60,0%), познавательная поездка, как правило, (52,9%) длилась не более 1–2 суток. При организации поездки к помощи туристических фирм обращались лишь 7,0% приезжих, значительная доля которых выбрала познавательные (23,5%) и лечебно-оздоровительные туры (20,0%). Несколько чаще пользуются услугами турфирм путешественники, впервые приехавшие в регион (11,0%).

## 2.2 Оценка инфраструктурных возможностей региона

Одним из основных факторов туристической привлекательности является возможность использовать инфраструктурные ресурсы региона. При этом транспортную доступность можно считать важнейшим критерием потребительской ценности туристических ресурсов территории. Республика Мордовия имеет достаточно развитую транспортную сеть, связывающую ее с регионами России и странами ближнего зарубежья. Для поездки гости республики использовали почти все доступные виды транспорта: собственный/арендованный автомобиль (34,8%), железнодорожный транспорт (32,3%) и междугородние автобусы (28,9%). Значительно реже использовался авиационный транспорт (2,5%), поскольку география воздушных перевозок пока еще недостаточно развита.

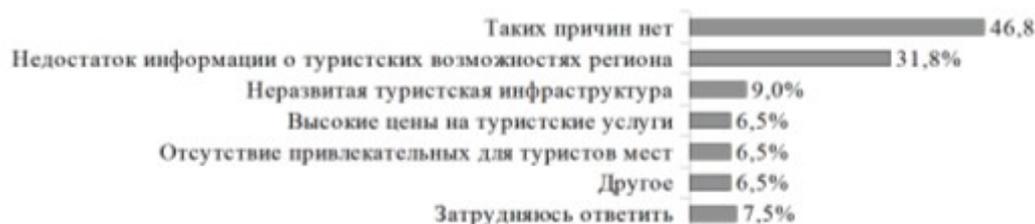
Опрошенные высоко оценили транспортную инфраструктуру региона. В большей степени приезжих привлекает ценовая доступность посещения региона (4,1 балла по 5-балльной шкале), состояние и развитость транспортной инфраструктуры (4,1 балла). Несколько хуже, по их мнению, обстоят дела с удобством пользования транспортом (3,9 балла) и придорожной инфраструктурой (3,7 балла).

Важными характеристиками рынка туристических услуг является качество предоставления

услуг сопутствующих секторов – сферы размещения туристов, транспорта, общественного питания, предприятий торговли, услуги музеев и культурных объектов. В рамках опроса респондентам было предложено оценить качество туристических услуг и туристической инфраструктуры по пятибалльной шкале (табл.). Средняя оценка респондентов по этому показателю – 4,30 балла. Выше среднего оценочного балла гости республики оценили средства размещения (4,51 балла), услуги музеев и культурных объектов (4,39 балла) и предприятия питания вне гостиниц (4,36 балла). Чуть ниже среднего балла опрошенные выставили предприятиям торговли (4,29 балла). Самая низкая оценка дана транспортным услугам и турфирмам, гидам-экскурсоводам (по 4,18 балла соответственно).

Показатель	Не пользовался	Баллы	% от максимально возможного количества баллов
Средства размещения	6,0	4,51	90,2
Предприятия питания вне гостиниц	12,6	4,36	87,2
Транспорт (общественный, такси)	19,5	4,18	83,6
Музеи и другие объекты показа	34,0	4,39	87,8
Турфирмы, гиды-экскурсоводы	60,7	4,18	83,6
Предприятия торговли	9,6	4,29	85,8

Несмотря на наличие объективных недостатков в сфере предоставления туристических услуг, каждый седьмой респондент, посетивший республику, не находит факторов, препятствующих туристической привлекательности («все хорошо», «все нравится»). Согласно результатам исследования, около половины гостей республики (46,8%) считают, что нет причин, которые бы мешали рассматривать республику в качестве места отдыха и путешествия. В то же время почти треть респондентов (31,8%) считают основной причиной, препятствующей выбору Мордовии как туристического направления, – недостаток информации о туристических возможностях региона, следующей по значимости причиной является «неразвитая тури-



**Рис. 3.** Распределение ответов респондентов на вопрос «Назовите, пожалуйста, причины, которые мешают Вам рассматривать Республику Мордовия как место для Вашего отдыха и путешествия?», %

### 2.3 Информационная поддержка туризма

При организации поездки опрошенные чаще всего руководствовались рекомендациями друзей/родственников (45,3%) и только каждый шестой находил информацию через интернет-сайты и мобильные приложения (15,6%). По их мнению, сложнее всего найти информацию о туристических маршрутах, экскурсиях, предлагаемых для знакомства с Мордовией (3,8 балла по 5-балльной шкале), предприятиях общественного питания (3,9 балла), а также о культурных, спортивных и других событийных мероприятиях (4,0 балла).

Одним из действенных механизмов в продвижении туристической дестинации «выступает визуализация как способ наглядно представить туристический товар или услугу» [8]. В настоящее время в Республике Мордовия создана и функционирует единая информационная система, которая включает туристические информационные ресурсы, на которых наиболее полно представлена информация о Республике Мордовия. Одним из таких ресурсов является Туристическо-информационный портал РМ, ориентированный на потребителей туристического

продукта.

Для оценки содержательного наполнения и структуры сайта респондентам, которые пользовались данным ресурсом, было предложено оценить полноту представленной на сайте информации, удобство поиска и навигации, дизайн сайта по пятибалльной шкале.

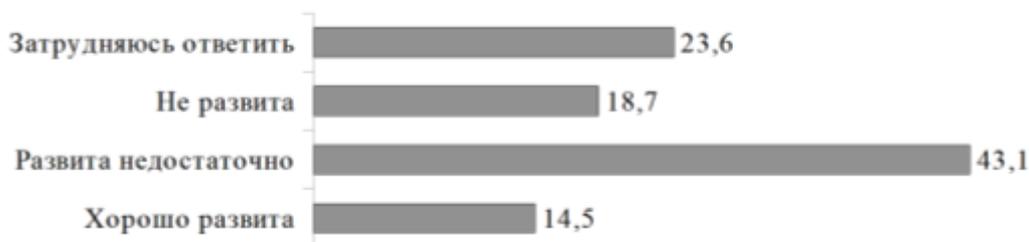
Гостям республики задавался вопрос об осведомленности деятельностью туристическо-информационного центра и (или) официального туристическо-информационного портала Республики Мордовия ([www.turizm.rm](http://www.turizm.rm)). Большая часть опрошенных (66,6%) не слышали и не пользовались услугами, оказываемыми сервисными службами, около четверти респондентов (26,9%) знают о существовании туристических информационных порталов, но не пользовались их услугами. Немногочисленные респонденты, которые пользовались данным порталом (7,0%), высоко оценили качество и доступность информации: удобство поиска и навигации – 4,7 балла, полнота информации – 4,4 балла, дизайн – 4,4 балла.

#### 2.4 Общие впечатления гостей о Республике Мордовия

Среди положительных впечатлений от пребывания в Мордовии более 35% опрошенных отметили благоустройство ГО Саранск, пятая часть (20%) – доброжелательность и гостеприимство местных жителей. Каждый десятый (10,7%) получил приятные впечатления от посещения культурно-исторических объектов ГО Саранск (храм Ф. М. Ушакова, музей им. С. Д. Эрзи). Более 7% считают достойными внимания природно-рекреационные объекты, чуть более 5% – лечебно-оздоровительные: санаторий «Мокша», санаторий «Алатырь».

Отрицательные впечатления гостей о Республике Мордовия были связаны с состоянием туристической и паратуристической инфраструктуры. Более трети гостей, посетивших республику, не удовлетворены качеством дорог, особенно в районах республики. Шестая часть опрошенных (более 15%) отмечают отсутствие общественных туалетов («в Саранске нет туалетов», «в туалет сходить негде», «мало общественных туалетов» и т.д.). Около 7% опрошенных не удовлетворены состоянием гостиничной инфраструктуры, особенно в районах республики («если гостиница частная, то она приличная, приятно отдыхать, если государственная (муниципальная), то страшная, как в Советском Союзе, без условий», «в гостинице нет Wi-Fi», «в Рузаевке – плохая гостиница “Юбилейная”, «гостиницы во всех районах Мордовии в плохом состоянии» и т.д.). Гостям республики не нравится низкий уровень жизни населения Мордовии (это отметили 5,6% респондентов – «низкая заработная плата жителей Мордовии, высокие цены на товары и услуги» и т. д.).

Анализ неформализованных ответов респондентов о достопримечательностях, которые произвели наиболее сильное впечатление, позволил выделить несколько групп популярных среди гостей объектов культуры: религиозные объекты (38,1%) – храмы, соборы, монастыри; объекты и учреждения культуры, спорта, развлечений (30,9%); элементы городской архитектуры: площади, фонтаны, памятники (25,6%); парки отдыха, парки аттракционов, зоопарки (5,5%); лечебно-оздоровительные объекты (4,4%); рекреационные объекты (3,4%); средства



*Рис. 4. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как Вы считаете, насколько развита туристическая сфера в Мордовии?», %*

Исходя из анализа данных проведенного нами исследования и сопоставления с данными аналогичных исследований в других регионах, можно констатировать, что проблемы развития туристической отрасли имеют общий, системный характер. Почти все исследователи среди

основных проблем в продвижении туристической привлекательности регионов выделяют низкий уровень информационной поддержки внутреннего туризма и инфраструктурные проблемы. Базис большинства проблем развития туристической отрасли состоит в недостаточном финансировании и низкой рентабельности туристического продукта. При этом несовершенная система мониторинга и статистических наблюдений «не позволяют адекватно оценить влияние туризма на региональную среду, выявить виды туризма, в наибольшей степени влияющие на формирование валового регионального продукта» [9]. По мнению Фроловой Е.В., Кабановой Е.Е., «...В Российской Федерации в настоящее время существует определенное противоречие между высоким туристическим потенциалом отечественных муниципальных образований, значимостью уникальных территориальных ресурсов и низким уровнем их туристической привлекательности» [10].

**3. Выводы.** Таким образом, Республика Мордовия достаточно слабо представлена на рынке туристических услуг. Основной объем въездного потока составляют деловые поездки. Доля въездных потоков, связанных только с туризмом, составляет менее трети. Наиболее популярным является лечебно-оздоровительный и познавательный туризм. Многие туристы приняли решение о поездке благодаря положительным отзывам друзей и знакомых, что свидетельствует о позитивном имидже республики за ее пределами. Значимым преимуществом Мордовии является ее транспортная и ценовая доступность, особенно для жителей соседних регионов. Основными факторами, препятствующими туристической привлекательности республики,

#### Литература

1. Кильдюшкина, И. Г. [и др.] *Формирование туристическо-рекреационного потенциала Республики Мордовия* / И. Г. Кильдюшкина, К. Г. Киселева, Г. Щукин, Л. Н. Липатова, А. В. Булавин; НИИ гуманитар. наук Правительстве Республики Мордовия. – Саранск. 2016.
2. *Национальный туристический рейтинг-2020 [Электронный ресурс]*. – URL : <http://russia-rating.ru/info/18797.html> (Дата обращения 23.12.2021).
3. *Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. [Электронный ресурс]*. – URL : <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda> (Дата обращения 23.12.2021).
4. *Туриndустрия через призму драйверов и барьеров бизнеса / Центр социально-экономических исследований. 2020 [Электронный ресурс]*. – URL : [https://rostourunion.ru/assets/files/docs/2020\\_csr\\_report.pdf](https://rostourunion.ru/assets/files/docs/2020_csr_report.pdf) (Дата обращения 24.12.2021).
5. *Государственная программа Республики Мордовия «Развитие культуры и туризма» [Электронный ресурс]*. – <https://docs.cntd.ru/document/460226488> (Дата обращения 25.12.2021).
6. Оборин, М. С. *Стратегическое планирование развития сферы туризма и рекреации на федеральном уровне // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. Т. 14. № 1. С. 35–43 DOI: <https://doi.org/10.24411/1995-0411-2020-10104>*
7. 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. DOI: <https://doi.org/10.15507/2076-2577.010.2018.03.086-094>*
8. Кедрова, Е. В., Кицис, В. М. *Тренды покупательского поведения как основа продвижения туристического продукта // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. Т. 13. № 2. С. 21–32. DOI: 10.24411/1995-0411-2019-10202*
9. Гатауллина, С. Ю., Коссов, А. Ю., Моханнад, М. А. *Исследование факторов, влияющих на развитие экологического туризма в регионе (на примере Приморского края) // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». 2016. Том 8. № 6 [Электронный ресурс]*. – URL : <http://naukovedenie.ru/PDF/40EVN616.pdf> (Дата обращения 24.12.2021).
10. Фролова, Е. В. *Факторы развития туристической привлекательности муниципальных образований России / Е. В. Фролова, Е. Е. Кабанова // Вопросы государственного и муниципального управления. 2017. № 3. С. 112–128.*

#### References:

1. Kil'dyushkina, I. G. [i dr.] *Formirovanie turistichecko-rekreacionnogo potenciala Respubliki Mordoviya* / I. G. Kil'dyushkina, K. G. Kiseleva, G. SHCHukin, L. N. Lipatova, A. V. Bulavin; NII gumanitar. nauk Pravitel'stve Respubliki Mordoviya. – Saransk. 2016.
2. *Nacional'nyj turisticheckij rejting-2020 [Elektronnyj resurs]*. – URL : <http://russia-rating.ru/info/18797.html> (Data obrashcheniya 23.12.2021).
3. *Strategiya razvitiya turizma v Rossijskoj Federacii na period do 2035 g. [Elektronnyj resurs]*. – URL : <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda> (Data obrashcheniya 23.12.2021).
4. *Turindustriya cherez prizmu drajverov i bar'erov biznesa / Centr social'no-ekonomicheskikh issledovanij. 2020 [Elektronnyj resurs]*. – URL : [https://rostourunion.ru/assets/files/docs/2020\\_csr\\_report.pdf](https://rostourunion.ru/assets/files/docs/2020_csr_report.pdf) (Data

obrashcheniya 24.12.2021).

5. Gosudarstvennaya programma Respubliki Mordoviya «Razvitie kul'tury i turizma» [Elektronnyj resurs]. – <https://docs.cntd.ru/document/460226488> (Data obrashcheniya 25.12.2021).

6. Oborin, M. S. Strategicheskoe planirovanie razvitiya sfery turizma i rekreacii na federal'nom urovne // *Sovremennye problemy servisa i turizma*. 2020. T. 14. № 1. S. 35–43 DOI: <https://doi.org/10.24411/1995-0411-2020-10104>

7. Kozin, V. V., Kirdyashkina, T. I. Monitoring poseshchaemosti ob'ektov etnicheskogo turizma v Respublike Mordoviya v 2017 g. // *Finno-ugorskij mir*. 2018. № 3. S. 86–94. DOI: <https://doi.org/10.15507/2076-2577.010.2018.03.086-094>.

8. Kedrova, E. V., Kicis, V. M. Trendy pokupatel'skogo povedeniya kak osnova prodvizheniya turisticheskogo produkta // *Sovremennye problemy servisa i turizma*. 2019. T. 13. № 2. S. 21–32. DOI: 10.24411/1995-0411-2019-10202.

9. Gataullina, S. YU., Kossov, A. YU., Mohannad, M. A. Issledovanie faktorov, vliyayushchih na razvitie ekologicheskogo turizma v regione (na primere Primorskogo kraya) // *Internet-zhurnal «NAUKOVEDENIE»*. 2016. Tom 8. № 6 [Elektronnyj resurs]. – URL : <http://naukovedenie.ru/PDF/40EVN616.pdf> (Data obrashcheniya 24.12.2021).

10. Frolova, E. V. Faktory razvitiya turisticheskoy privlekatel'nosti municipal'nyh obrazovanij Rossii / E. V. Frolova, E. E. Kabanova // *Voprosy gosudarstvennogo i municipal'nogo upravleniya*. 2017. № 3. S. 112–128.