

## РЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

А.И. Лесников, Ю.М. Хисматуллина\*

### ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДОВОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА НА ОСНОВЕ ФОЛЬКЛОРНО-ЭТНОГРАФИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ РЕГИОНА

Фольклорно-этнографический туризм основан на традициях и ценностях народа и является социокультурным феноменом способным в полной мере формировать яркие впечатления у туристов, удовлетворять потребности в рекреации и познании культурных особенностей народов мира. Формирование брендовых маршрутов на основе фольклорно-этнографического материала способствуют продвижению культурного наследия коренного населения, повышает туристскую привлекательность и обеспечивают узнаваемость территории или региона в целом. Любознательность туриста по отношению к самобытным народам и их культуре является одним из сильнейших мотивов, побуждающих туристов к путешествиям, представляющим разнообразие традиций, обрядов и гастрономических предпочтений.

Результатом научных исследований стал организационно-технологический проект брендового маршрута на территории Республики Башкортостан, основанный на исследовании фольклора и этнографических ресурсов региона. В качестве пилотного проекта рассматривается туристический маршрут «Северо-западное ожерелье Башкирии». В направлении маршрута проживают коренные народы из различных этносов: финно-угорские группы (мари-эл, удмурты), тюркская группа (татары, башкиры), а также славянские этнические группы (русские, белорусы, украинцы).

**Ключевые слова:** фольклор, туризм, культура, фольклорно-этнографический туризм, брендовый маршрут.

---

\* Лесников Анатолий Ильич — кандидат экономических наук, Уфимский государственный нефтяной технический университет, институт экосистем бизнеса и креативных индустрий, Уфа, РФ; *e-mail*: aps\_rb@mail.ru

Хисматуллина Юлия Маратовна — магистрант, Уфимский государственный нефтяной технический университет, институт экосистем бизнеса и креативных индустрий, Уфа, РФ; *e-mail*: yuxismatullina@yandex.ru

Folklore and ethnographic tourism is able to satisfy tourist needs for recreation and help them learn the cultural characteristics of different peoples, while branded tours promote the cultural heritage of an ethnicity, increase attractiveness and popularity of a region. The tourist's curiosity in relation to distinctive peoples and their culture is one of the strongest motives that induce tourists to choose trips that let people learn different traditions, rituals and try gastronomic dishes.

As a result of the scientific research, we have designed a branded route on the territory of the Republic of Bashkortostan, based on the study of folklore and ethnographic resources of the region. As a pilot project, we have proposed a tourist route — “North-Western necklace of Bashkiria” that includes learning the culture of peoples from various ethnic groups living on this territory, such as the Finno-Ugric groups (Mari-el, Udmurts), the Turkic group (Tatars, Bashkirs), as well as Slavic ethnic groups of peoples (Russians, Belarussians, Ukrainians).

**Key words:** folklore, tourism, culture, folklore and ethnographic tourism, branded tour.

## **Введение**

Важнейшей современной тенденцией на фоне растущего уровня глобализации становится стремление народа к познанию родной культуры и возвращение к своим истокам. Более того интерес к этнической культуре затрагивает изучение быта и истории не только своего, но и других народов мира. На сегодняшний день туризм является лучшим способом знакомства с этнографической культурой и фольклором. Посещая памятные и исторически значимые места, принимая участие в этнических фестивалях и праздниках, туристы погружаются в культуру интересующего их народа, на своем опыте познают ее традиции и особенности образа жизни. Любознательность туриста по отношению к самобытным народам, населяющим различные уголки нашей планеты, является одним из сильнейших туристских мотивов.

Актуальность исследования обусловлена ростом общественного интереса к изучению различных этнических групп, особенностей их образа жизни, культуры.

Совмещение удовлетворения потребности в рекреации с потребностью познания особенностей жизни своего или другого народа возможно посредством разработки туристических маршрутов включающих гастрономический, этнический, социокультурный, познавательный, развлекательный, фольклорный компоненты.

Погрузиться в культуру и обычаи страны, региона или муниципалитета позволяет фольклорно-этнографический туризм, который привлекает практически все категории туристов как граждан Российской Федерации, так и зарубежных гостей, как молодых людей, интересующихся традициями своих предков, так и туристов старшей возрастной группы, стремящихся увидеть свои корни через призму традиций, обычаев, обрядов и других этнографических признаков.

Сегодня существуют различные названия этого вида туризма: этнический, этно-экологический, социокультурный, ностальгический, аборигенный, этнокультурный, фольклорно-этнографический.

### **Основная часть**

В этнографических исследованиях территории брендированного туристского маршрута уделяется большое внимание фольклорным традициям и этнокультуре, поэтому в понятии «фольклорно-этнографический тур» будем считать термины «этнографический», «этнический» и «фольклорно-этнографический» равнозначными.

С учетом положений ФЗ «Об основах туристской деятельности» в Российской Федерации<sup>1</sup>, определения понятий «этнография» и «фольклор» в сравнительно-историческом изучении героического эпоса Запада и Востока, предпринятым В.М. Жирмунским<sup>2</sup>, можно сформулировать определение понятия «фольклорно-этнографический туризм» («этнографический», «этнический»). Фольклорно-этнографический туризм — рассчитанные на широкий круг туристов поездки (путешествия) людей со своего постоянного места жительства в другие страны или регионы с познавательной и развлекательной целью, знакомящие с культурой, бытом и гастрономическими предпочтениями определенного народа, его языком, традициями, обычаями, костюмами, этническим творчеством и фольклором.

Современное состояние, роль, и перспективы развития этнотуризма в России и в ее регионах изучаются такими отечественными авторами, как А.Г. Бутузов, Л.П. Воронкова, Е.Н. Трофимов,

---

<sup>1</sup> Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996. № 132-ФЗ (в ред. ФЗ от 09.03.2021 г. № 45-ФЗ) [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ. URL: <https://base.garant.ru/136248/> (дата обращения: 15.05.2022).

<sup>2</sup> Жирмунский В.М. Фольклор Запад и Восток. Сравнительно-исторические очерки. М.: ОГИ (Объединенное Гуманитарное Издательство), 2004. 464 с.



- способствует сохранению этнической кухни и местного ремесла;
- создает новые рабочие места для местного населения;
- способствует развитию экономики в регионе;
- повышает туристскую привлекательность региона.

Многонациональная и значительная по своим масштабам Россия богата живописными природными ресурсами и уникальной самобытной культурой населяющих ее народов. Это обеспечивает нашу страну огромным потенциалом для развития этнотуризма на региональном, национальном и международном уровнях. По данным переписи населения 2010 г. в России проживают 146,5 млн чел. и 190 этносов <sup>7</sup>.

Однако их культура, особенности быта, традиции и язык еще далеко не изучены, и являются уникальным материалом для формирования этнотуристских маршрутов в том числе и брендовых.

Рассмотрим Республику Башкортостан как один из потенциальных туристических ресурсов для развития регионального этнографического туризма. Несмотря на то, что Башкортостан обладает уникальным культурным и этнографическим наследием, данный регион пока не является лидером по предоставлению туристических услуг в России. Однако республика обладает огромным разнообразием памятников природного и культурного наследия, многонациональным колоритом, что позволяет считать ее важным и перспективным центром развития этнотуризма. Несмотря на туристский потенциал, отсутствие разнообразия этнотуров на региональном туристическом рынке приводит к выводу, что эта сфера туризма требует глубокого теоретико-методологического изучения и всестороннего развития организационно-технологических аспектов формирования туристских продуктов.

Целью исследования является поиск этнографического материала для дальнейшего использования его в разработке брендового фольклорно-этнографического маршрута на территории Республики Башкортостан, повышения туристской привлекательности региона и популяризации данного направления среди различных категорий активных самостоятельных туристов.

Полученные в результате проведенного исследования организационно-технологические алгоритмы формирования туристского продукта могут быть использованы в практической работе туристских агентств, туроператоров не только нашего региона, но и других субъектов Российской Федерации. Представленный

---

<sup>7</sup> Демографический ежегодник России. 2010. Росстат. М., 2010. 525 с.

этнографический проект является пилотной площадкой для разработки брендовых туристских продуктов с целью дальнейшего использования и продвижения среди самостоятельных туристов, включая сегмент детского туризма.

В рамках проекта развития фольклорно-этнографического туризма в Республике Башкортостан разрабатывается брендовый турпродукт. Брендовый маршрут или тур — это «маршрут (турпродукт), продвигающий культурно-познавательное наследие конкретного региона, отличительными характеристиками которого являются узнаваемость, регулярность, целостность, завершенность, соответствие стандартам услуг»<sup>8</sup>.

При создании брендового тура следует учитывать требования для брендовых маршрутов. Перечислим некоторые из них:

- точная, четкая программа маршрута;
- одинаковые условия путешествия для всех участников тура;
- объекты показа, питания, развлечений должны иметь этнический колорит;
- стандартизация всех услуг и объектов инфраструктуры по пути следования маршрута;
- наличие лицензий всех туристских объектов;
- наличие логотипа брендового маршрута на всех объектах тура: буклетах, рекламных плакатах, транспортных средствах и т.д.;
- наличие информационного листа для всех заездов;
- наличие бонусов и скидок для всех категорий туристов, которые будут продвигать выбор брендовых маршрутов.

Продвижение региона через объединение в маршрут уникальных туристских объектов является довольно эффективным и инновационным способом повышения туристской привлекательности конкретного региона, что обуславливает интерес Ростуризма к созданию новых брендовых маршрутов в рамках проекта «Национальные брендовые маршруты», запущенного в мае 2019 г.<sup>9</sup>

Впоследствии при апробации брендового маршрута будут учтены все требования с точки зрения потребительского интереса и

---

<sup>8</sup> Методическое руководство по формированию конкурентоспособных туристских маршрутов в России, рассчитанных на широкую аудиторию российских и зарубежных потребителей [Электронный ресурс]. URL: <https://turizmrm.ru/10-07-06-2017.pdf>. (дата обращения 12.05.2022).

<sup>9</sup> Министерство культуры Республики Башкортостан. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://culture.bashkortostan.ru/presscenter/news/36999/> (дата обращения: 15.05.2021).

нормативных требований, но первостепенной задачей является выбор карты маршрута и программы брендового тура по территории региона. Предварительно должны быть исследованы туристские ресурсы и локации этнических групп на примере северо-западной части Республики Башкортостан.

Республика Башкортостан занимает 143 кв. км, что составляет почти 1% от общей площади России. Несмотря на то, что Республика Башкортостан составляет небольшую часть российской территории, этот регион занимает значительную часть Южного Урала (1/4 часть территории РБ — горная территория). Также территория Башкортостана распространяется на равнины Предуралья (2/3 территории РБ) и Башкирское Зауралье (1/10 часть территории). Располагаясь на границе Европы и Азии, в центре России, занимая территорию Уральских гор, Башкортостан обладает разнообразными природными зонами, ресурсами и ландшафтами. По данным журнала «Экскорт» (2007. № 44), Башкортостан занимает 5 место (после Краснодарского края, Ставропольского края, г. Москвы и г. Санкт-Петербурга) среди регионов, обладающих большим туристско-рекреационным потенциалом.

Благодаря большому разнообразию природных и туристских ресурсов в Башкортостане развиваются разные виды туризма: активный, водный, пешеходный, велосипедный, автомобильный, спелеологический, оздоровительный и др. В РБ были разработаны и действуют более 300 туров, включая различные туры выходного дня<sup>10</sup>.

Так как перепись населения 2021 г. еще не завершена, то для составления этнической карты РБ в исследовании мы опираемся на данные переписи населения 2010 г.

По данным Росстата население Республики Башкортостан на 1 января 2021 г. составило 4013786 чел. Три преобладающие культурные традиции определяют современное этническое своеобразие Республики Башкортостан: славянская (русские, белорусы, украинцы), финно-угорская (марийцы, удмурты) и тюркская (татары, башкиры и чувашаи).

В Башкортостане проживают 36,05% русских, 29,49% башкир, 25,39% татар, 2,70% чувашей, 2,61% марийцев от общего количества жителей, указавших свою национальность в переписи населения

---

<sup>10</sup> Камалов И.Э., Лесников А.И. Формирование муниципального бренда как фактора туристской привлекательности территории // Наука сегодня: теория и практика. Сборник научных статей VIII Международной научно-практической конференции. Уфа, 2020. С. 76–80.

2010 г.<sup>11</sup> Оставшийся процент населения приходится на представителей других народов: кряшены, мишари, тептяри, украинцы, мордва, удмурты, белорусы, армяне, узбеки, немцы, азербайджанцы, казахи, таджики, евреи, вьетнамцы, латыши, грузины, цыгане, чеченцы, молдаване, езиды, туркмены, корейцы, греки, поляки, киргизы, лезгины, болгары, турки, ингуши, осетины.

Анализ исследований туристского рынка Республики Башкортостан на наличие туров этнической направленности показал, что актуальными предложениями туристского рынка являются 19 этномаршрутов по Башкирии, представленные различными туристскими предприятиями.

Проведенный анализ интернет-ресурсов (официальные сайты и социальные сети) турфирм республики<sup>12</sup>, предоставляющих продукты этнотуризма позволил сделать заключение, что на данный момент в регионе существует 19 этнотуров от 6 компаний. Из них 11 туров позиционируют себя как «этнические», остальные находятся в статусах «гастрономического тура», «тура выходного дня», «экскурсии» и т.д. Но, несмотря на отсутствие приставки «этно» в своем названии, данные турпродукты включают в себя фольклорные традиции и блюда национальной кухни, их программа тесно связана с историей и культурой коренных народов Башкирии, поэтому они вошли в список интересующих нас фольклорно-этнографических туров. Большая часть данных туров реализуется в Бурзянском районе, поскольку Бурзянский район обладает уникальными туристскими ресурсами: Заповедник «Шульган-Таш», Национальный парк «Башкирия», пещера «Шульган-Таш» и др., а большая часть его жителей — представители башкирского этноса<sup>13</sup>.

---

<sup>11</sup> Национальный состав населения Республики Башкортостан. [Электронный ресурс]. URL: <http://rahimitegez.ru/национальный-состав-башкортостана/> (дата обращения: 12.08.2022).

<sup>12</sup> Туроператор «Башгид. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <http://bashgid.com/> (дата обращения: 12.05.2022); Этнотур настоящая Башкирия. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.reallybashkiria.info/> (дата обращения: 12.05.2022); Umay ethnoproducton. [Электронный ресурс]. URL: <http://uethno.ru/> (дата обращения: 12.05.2022); Terra Bashkiria — [Электронный ресурс]. URL: <https://terrashkiria.ru/category/turizm/turisticheskie-marshruty/letnie-tury/jetnicheskie-i-gastronomicheskie-tury/> (дата обращения: 12.05.2022); Экологическое объединение «Тенгри». Официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://tengri.ru/ecoturs/micro-bus/story/> (дата обращения: 12.05.2022); Туроператор Suleyman Travel. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://suleyman-travel.com/> (дата обращения: 12.05.2022).

<sup>13</sup> Котова Т.П., Шалагина С.В. Организация туризма на особо охраняемых природных территориях // Наука сегодня: теория и практика. Сборник научных трудов II Международной заочной научно-практической конференции. 2016.



Остальные этнотуры захватывают Ишимбайский, Мелеузовский, Баймакский, Абзелиловский, Салаватский, Гафурийский, Стерлитамакский, Альшеевский, Чишминский, Давлекановский районы Республики.

Согласно Закону об административно-территориальном устройстве Республика Башкортостан включает в себя 54 района. Однако на данный момент этномаршруты встречаются только в 11 из них. Все действующие этнотуры связаны с изучением истории, культуры и традиционного быта только башкирского коренного народа. Но, как было отмечено, и как показала перепись населения 2010 г., Башкортостан — многонациональная республика. Отсутствие туров, позволяющих изучать быт и культуру других этносов Башкирии, еще раз доказывает актуальность исследования этнотуризма в регионе.

VI Всемирную Фольклориаду CIOFF<sup>14</sup>, принимал Башкортостан в июле 2021 г., несмотря на пандемию COVID-19, более 50 стран мира были готовы принять участие в международном фольклорном фестивале и обменяться культурным опытом с представителями других стран и народов. Фестиваль собрал множество зрителей на своих онлайн- и офлайн-площадках. Мероприятия Фольклориады посетили более 300 тыс. чел. Культурные фестивали, особенно такого масштаба, поднимают внутренний и въездной туризм республики на новый уровень, способствуют развитию гостиничного и ресторанного бизнеса, экскурсионной деятельности. Благодаря тому, что большое количество стран услышало о Башкортостане, у работников сферы туризма появилась возможность повысить туристическую привлекательность региона, в том числе, и на международном рынке<sup>15</sup>.

На основании результатов эмпирических исследований и выводов, полагаем, что создание нового для Башкирии брендового этнического тура позволит освоить районы, ранее не вовлеченные

---

С. 115–118; *Хасанова А.М., Лесников А.И.* Модернизация объектов туризма в национальных природных парках как фактор повышения конкурентоспособности // Наука сегодня: теория и практика. Сборник научных статей VIII Международной научно-практической конференции. Уфа, 2020. С. 160–164.

<sup>14</sup> Фольклориада 2021 в Республике Башкортостан. [Электронный ресурс]. URL: <https://folkloriada2021.com/> (дата обращения: 12.05.2022).

<sup>15</sup> *Котова Т.П., Шайгарданова В.Ю.* Событийные мероприятия как фактор развития туризма в Башкортостане // Сервис в России и за рубежом. 2021. Т. 15. № 5 (97). С. 86–95. DOI: 10.24412/1995-042X-2021-5-86-95; *Котова Т.П., Хамадеева З.А.* Событийный туризм как ресурс устойчивого развития региона // Устойчивое развитие территорий: теория и практика. Материалы II Международной научно-практической конференции. Сибай, 2021. С. 38–39.

в сферу туризма с точки зрения этнической составляющей, а также включить в программу тура изучение фольклора и традиций не только башкир, но и представителей других народов, населяющих Республику Башкортостан. При проектировании тура мы опирались на основу проектирования туристских услуг — национальный стандарт ГОСТ Р 0681-2014 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»<sup>16</sup> и учли все требования по обеспечению безопасности туристов, которые законодательно закреплены в ГОСТ Р 32611-2014 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов»<sup>17</sup>.

Организационно-технологические особенности брендового этнографического туристского продукта по Республике Башкортостан, определяются следующим маршрутом: г. Уфа — с. Кушнареново, Кушнареновский район — г. Дюртюли (башкирский прием гостей) — с. Куяново, Краснокамский район (марийский прием) — г. Нефтекамск (татарский прием) — с. Николо-Берёзовка, Краснокамский район (русский прием) — с. Бураево, Бураевский район (история расселения башкирских племен) — г. Бирск (купеческий город, памятники архитектуры русских, удмуртов и башкир) — г. Бахтыбаево, Бирский район (марийский музей). Таким образом, в новом маршруте будут задействованы северо-западные районы Башкортостана, которые ранее не встречались в программе существующих на региональном рынке фольклорно-этнографических туров. Кроме того, наряду с изучением быта и фольклора башкир, мы уделим пристальное внимание изучению культуры и истории таких этносов, как русские, татары, удмурты и марийцы.

В результате составления карты маршрута мы заметили, что маршрут выглядит на карте, как ожерелье: путь туда и обратно проходит по двум трассам и замыкается в кольцо, а интересные с точки зрения этнического наследия населенные пункты, в которых туристы будут останавливаться во время путешествия, представляют собой своего рода «бусинки», из которых складывается наше ожерелье (готовый тур). Это обусловило выбор названия маршрута — «Северо-западное ожерелье Башкирии». Данное название

---

<sup>16</sup> ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ. URL: <http://base.garant.ru/57968956/> (дата обращения: 15.04.2022).

<sup>17</sup> ГОСТ Р 32611-2014 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов» [Электронный ресурс] // Справочная система Техэксперт. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200110997> (дата обращения: 15.04.2022).

интересно и с точки зрения брендинга территории: «ожерелье» ассоциируется с богатством, а «северо-западное» символизирует северо-западные районы и этносы Башкортостана, которые готовы показать свое гостеприимство, при этом демонстрировать свои обряды, обычаи, кухню и фольклорную культуру. Технологии брендинга турпродукта, конечно, состоят из многих элементов, но ключевые из них, такие как название, символика, смысловые понятия, объекты культурного наследия, являются целостными и мотивирующими для туриста<sup>18</sup>.

Другими, неотъемлемыми для путешественников элементами бренда, являются, блюда национальной кухни: башкирской, татарской, русской, марийской; осетровая уха на костре в русском купеческом подворье; национальный колорит: национальные этнические костюмы, инструменты, сувениры, выступления народных фольклорных ансамблей, традиционная русская баня, традиционная татарская церемония чаепития и др. Сезонность маршрута — с мая по октябрь, так как в программе есть чаепитие на природе, прогулка на теплоходе по реке Кама. Впоследствии, в зависимости от спроса, возможно изменение программы тура и его адаптация под зимние виды путешествий.

### **Заключение**

Пилотный туристский продукт ориентирован на туристов в возрасте 30–60 лет. На основании анализа действующих в регионах Российской Федерации брендовых маршрутов было выявлено, что наибольшим спросом данный вид туризма пользуется именно у туристов этой возрастной категории. В зависимости от спроса, возможна адаптация экскурсионной программы под потребности более молодых туристов с включением анимационных программ и квестов для школьников или студентов. Более того, возможно изменение порядка оказания услуг для VIP-гостей, изменение экскурсионной программы и привлечение переводчиков для иностранных гостей. Этнографический брендовый туристский маршрут может стать визитной карточкой Министерства культуры Республики Башкортостан, так как он является средством культурного просвещения населения, лучшим способом знакомства с культурой коренных народов республики и способом повышения

---

<sup>18</sup> *Мальшева Е. О.* Этнокультурный туризм в туристской дестинации (на примере Республики Тыва) // Сервис plus. 2020. Т. 14. № 3. С. 31–37. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10304.

привлекательности и узнаваемости региона как на отечественном, так и на международном туристском рынках<sup>19</sup>.

Взаимодействие с Министерством культуры, дает хорошие результаты в части слаженности работы на муниципальном уровне, местными специалистами в сфере культуры, туризма и сервиса вносятся поправки в содержание и документацию тура. Аprobация маршрута и внесение изменений в его программу — процесс творческий и в тоже время затратный, так как работает экономический фактор спроса, сезонности, рентабельности. Но следует понимать, что если мы выстраиваем брендовый туристский продукт, то он ориентирован, прежде всего, на ценности, а не на стоимость, так как работает на основополагающие показатели, а это репутация и рейтинг региона и территории, в частности. Продвижение брендового тура «Северо-западное ожерелье Башкирии» на внутренний и внешний туристский рынок является профессиональной задачей основных игроков рынка — регионального туроператора, туристских агентов и отраслевых структур.

В результате проведенного исследования мы пришли к выводу, что комплексное удовлетворение гастрономических, рекреационных и познавательных потребностей туристов, которые в сфере фольклорно-этнографического туризма, является одним из самых сильных мотивов к путешествию и познанию самобытной национальной культуры. Поэтому сохранение этнического культурного наследия и рациональное использование туристских и этнографических ресурсов региона становится значимым фактором увеличения популярности конкретной туристской дестинации.

## Литература

*Арестова В.Я.* Этнокультурные отношения в республиках Среднего Поволжья // Этническая культура. 2021. Т. 3. № 4. С. 38–41. DOI: 10.31483/г-99742 .

*Бутузов А.Г.* Состояние и перспективы развития этнокультурного туризма в Российской Федерации // Сервис в России и за рубежом. 2009. № 4. С. 78–80.

*Воронкова Л.П.* Современное состояние и перспективы развития этнографического туризма. М.: МАКС Пресс, 2011. 76 с.

---

<sup>19</sup> *Лесников А.И., Бикбулатова А.И.* Построение организационно-сервисных процессов на основе положительных ценностных ориентиров (добрых традиций) как элементов корпоративной культуры туристского комплекса // Наука сегодня: теория и практика. Сборник научных статей VIII Международной научно-практической конференции. Уфа, 2020. С. 101–105.

*Жирмунский В.М.* Фольклор Запад и Восток. Сравнительно-исторические очерки. М.: ОГИ (Объединенное Гуманитарное Издательство), 2004. 464 с.

*Имангулова Т.В., Прокофьева М.А.* Развитие этнического туризма в Казахстане // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 8–9. С. 451–455; URL: <https://applied-research.ru/article/view?id=10056>

*Камалов И.Э., Лесников А.И.* Формирование муниципального бренда как фактора туристской привлекательности территории // Наука сегодня: теория и практика. Сборник научных статей VIII Международной научно-практической конференции. Уфа, 2020 С. 76–80.

*Котова Т.П., Шалагина С.В.* Организация туризма на особо охраняемых природных территориях // Наука сегодня: теория и практика. Сборник научных трудов II Международной заочной научно-практической конференции. 2016. С. 115–118.

*Котова Т.П., Шайгарданова В.Ю.* Событийные мероприятия как фактор развития туризма в Башкортостане // Сервис в России и за рубежом. 2021. Т. 15. № 5 (97). С. 86–95. DOI: 10.24412/1995-042X-2021-5-86-95.

*Котова Т.П., Хамадеева З.А.* Событийный туризм как ресурс устойчивого развития региона // Устойчивое развитие территорий: теория и практика. Материалы II Международной научно-практической конференции. Сибай, 2021. С. 38–39.

*Крытнев В.* Культурный туризм в качестве инструмента для создания позитивного образа Болгарии в международном сообществе // Псковский регионологический журнал. 2021. Т. № 4. С. 84–96. [Электронный ресурс]: RL:&nbsp;https://prj.pskgu.ru/s221979310016637-3-1 / DOI: 10.37490/S221979310016637-2.

*Лесников А.И., Бикбулатова А.И.* Построение организационно-сервисных процессов на основе положительных ценностных ориентиров (добрых традиций) как элементов корпоративной культуры туристского комплекса // Наука сегодня: теория и практика. Сборник научных статей VIII Международной научно-практической конференции. Уфа, 2020. С. 101–105.

*Трофимов Е.Н.* Развитие этнографического туризма в России // Вестн. РМАТ. 2013. № 4. С. 3–12.

*Малышева Е.О.* Этнокультурный туризм в туристской дестинации (на примере Республики Тыва) // Сервис plus. 2020. Т. 14. № 3. С. 31–37. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10304.

*Хасанова А.М., Лесников А.И.* Модернизация объектов туризма в национальных природных парках как фактор повышения конкурентоспособности // Наука сегодня: теория и практика. Сборник научных статей VIII Международной научно-практической конференции. Уфа, 2020. С. 160–164.

*Birtwistle M.* Genealogy tourism // *Niche Tourism*. 2013. P. 59–72.

*Mägi K., van Ham M., Leetmaa K., Tammaru T.* The neighbourhood context and changes in self-reported ethnic identity // *Journal of Ethnic and Migration Studies*. 2020. No. 46 (1). P. 277–296. DOI: 10.1080/1369183X.2018.1547634

*Notzke C.* Indigenous tourism development in southern Alberta, Canada: Tentative engagement // *Journal of Sustainable Tourism*. 2004. № 12 (1). P. 29–54.