

Сельский туризм: тренд 2022 года в России

А.Г. Сарафанова ✉, А.А. Сарафанов

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова,
Российская Федерация
(119191, г. Москва, Ленинские горы, 1)

Аннотация: Цель статьи – рассмотреть значение сельского отдыха как перспективного направления устойчивого развития территорий.

Материалы и методы. Объектом исследования является сельский туризм. Авторами проведен системный анализ известных результатов исследования сельского туризма, выявлены его основные характеристики и типология. Выявлен главный фактор популярности сельских видов отдыха – кулинарная составляющая. Авторы обнаружили важность фермерских рынков, которые превратились из общественных мероприятий в туристические достопримечательности. Изучено текущее состояние аграрного туризма. Исследование базируется на методах анализа, сопоставления информации. В работе был принят индуктивный подход с использованием поисковых данных. Использовались научные труды как отечественных, так и зарубежных ученых.

Результаты и обсуждение. Одной из главных целей государственной политики является создание условий для устойчивого развития сельских территорий, в том числе сохранение пустующих поселений. Активное развитие сельского туризма способствует диверсификации экономики, появлению рабочих мест, увеличению доходов населения, и в целом улучшению экономического положения региона. На туристском рынке сегодня присутствует много различных видов сельского отдыха, в том числе аграрный. Но имеется достаточно необычное для среднестатистического потребителя направление – агротур с акцентом на кулинарную составляющую. В качестве достопримечательностей у таких туров могут стать фермерские рынки с национальными блюдами региона. Тенденция активного роста внутреннего потока, в особенности туры в сельскую местность, будут сохраняться в нынешних условиях довольно длительное время. Результаты исследования могут быть использованы региональными органами власти при формировании системы управления развитием туризма на территории.

Заключение. В условиях усложняющейся международной ситуации, ужесточения санкций, снижения покупательской способности населения, в России заметно трансформируется туристический рынок: выросла необходимость продвижения внутренних видов отдыха, в том числе и аграрного. Развитие продовольственных кластеров в сельской местности принесет экономическую пользу фермерам за счет формирования кулинарных предприятий, появления рабочих мест и дополнительных возможностей получения дохода из-за развития местной торговли.

Ключевые слова: сельский туризм, агротуризм, фермерские рынки, РФ, внутренний туризм, кулинарная составляющая.

Для цитирования: Сарафанова А.Г., Сарафанов А.А. Сельский туризм: тренд 2022 года в России // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: География. Геоэкология, 2023, № 1, с. 54-62. DOI: <https://doi.org/10.17308/geo/1609-0683/2023/1/54-62>

ВВЕДЕНИЕ

Кризис COVID-19 навсегда изменил то, как люди и организации во всем мире управляют своими планами. Причина высокой уязвимости туризма кроется в сложной динамике, которая характеризуется нелинейной сетью отношений меж-

ду социальными и природными ресурсами [4]. Туристической отрасли приходится крайне тяжело в результате воздействия пандемии и сложной социально-политической ситуации в современном мире, в условиях меняющегося характера туристического опыта, интересов различных групп



заинтересованных сторон в мировой индустрии туризма, изменения в восприятии менеджерами различных форм риска, а также вследствие растущего значения межстрановых, региональных и глобальных сотрудничеств. Все эти факторы демонстрируют вынужденную переориентацию рынка на внутренние направления, смену структуры туристической системы.

Происходит радикальная трансформация индустрии туризма с явными последствиями для направлений, разработки туристических продуктов и услуг, бронирования, средств размещения, что, возможно, более важно для поддержания конкурентоспособности.

До вспышки COVID-19 конкурентоспособность обязывала дестинации становиться лидерами в своих целевых сегментах, создавая новые технологии со стороны спроса (удовлетворенность клиентов, отношения с клиентами, маркетинг) и со стороны предложения (управление качеством, управление опытом, управление человеческими ресурсами). В 2022-2023 годах в условиях закрытия границ с Европой сельским территориям важно грамотно провести рекламную кампанию для формирования туристского потока, так как большинство людей вынужденно переориентировано на внутренний рынок.

Таким образом, именно сельские районы теперь будут удовлетворять потребности туристов и позиционировать себя как направление. Возрождение сельских районов – это не только стратегия содействия устойчивому развитию сельских районов в развивающихся странах, но и также неизбежная тенденция к глобальной урбанизации.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Настоящее исследование сосредоточено на изучении важности развития сельского туризма как способа возрождения или оживления удаленных территорий.

В этой статье рассматривается сельский туризм, а именно его подвид – аграрный. Уделяется внимание формированию продовольственных кластеров как стратегии брендинга в сельской местности. Именно кулинарный компонент – центральный момент тура. Фермерские рынки перешли от просто мероприятий к позиционированию себя как достопримечательности.

Авторами проведен систематический анализ литературы, поставлен исследовательский вопрос: необходимость создания аграрных туров с акцентом на национальной кухне и с посещением фермерских рынков.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Урбанизация сельских районов ведет к всемирной экономической, социальной и культурной эволюции оживления сельских районов [8]. Сельский туризм сочетает в себе экономический, социальный и экологический компоненты сельского отдыха. Он тесно связан с людьми, пространством и продуктами и имеет уникальное воздействие на окружающую среду и экономическое состояние. Региональная модель возрождения сельской местности зависит от типов сельских сообществ. Например, в аграрных деревнях экономическому развитию может способствовать расширение каналов сбыта сельскохозяйственной продукции и переработки вспомогательной сельскохозяйственной продукции. Напротив, в промышленных деревнях превращение фермеров в работников оптимизирует занятость и экономическую структуру. В туристическом деревнях местные жители становятся работниками сферы услуг [14]. Поскольку урбанизация продолжает прогрессировать, часть сельских жителей переехала в городские районы для улучшения условий труда и быта. Многие сельские районы все еще недостаточно развиты, и существует неравномерное развитие между городскими и сельскими районами.

Предприниматели малого туристического бизнеса в сельской местности, хотя и неоднородны, но руководствуются мотивами образа жизни и имеют высокий социально-экономический и культурный статус с ориентацией на семейный бизнес в первую очередь [9].

Shin H. и Chae S. (2018) выявили эволюцию функционирования сельского жилья в результате индустриализации [10]. В частности, поселения изменились с единой жилой функции в сложную функцию, которая объединяет жилую, промышленное производство и туристический отдых.

Сельский туризм относится к многогранным видам деятельности, сочетающим природный, спортивный, гастрономический, винный, экологический, культурный виды туризма. Агротуризм считается подвидом сельского туризма и представляет собой бизнес-модель содействия устойчивому развитию сельских районов, удовлетворяющую потребности сельских туристов (рис. 1).

Полякова И.Л., Григорьева М.П. (2017) выделяют следующие типы сельского туризма по функциональному виду: аграрный; экологический; лечебно-оздоровительный; рекреационный; спортивный; культурно-познавательный; этнический; образовательный [1].

Пономарева И.Ю., Чернобровкина А.О., Пономарева М.В. (2017) среди форм агротуризма выделяют оздоровительный, детский, этнографический, сельскохозяйственный, гастрономический, промышленный, познавательный, спортивный, событийный и комбинированный туризм [2].

ческий, сельскохозяйственный, гастрономический, промышленный, познавательный, спортивный, событийный и комбинированный туризм [2].

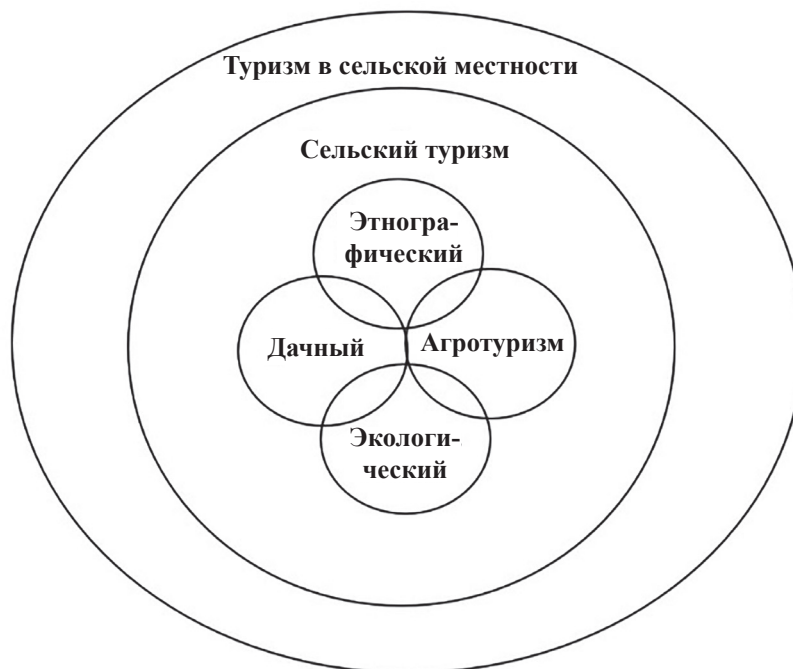


Рис. 1. Подвиды сельского туризма [3]
[Fig. 1. Subspecies of rural tourism [3]]

С точки зрения работы фермы, развитие агротуризма также является стратегией диверсификации и может заметно увеличить прибыль владельцев. Агротуризм в мире развивается по-разному в зависимости от местной сельскохозяйственной структуры, развития сельских районов и туристического спроса на рынке.

Структуру доходов агротуристских ферм можно разделить на три уровня: прямые продажи сельскохозяйственной продукции, переработка сельскохозяйственной продукции и внутрихозяйственная деятельность, в том числе туризм.

Однако многие сельские правительства учитывают только краткосрочные выгоды от туризма и игнорируют потенциальное долгосрочное воздействие на окружающую среду [11].

Таким образом, развитие конкурентоспособности сельской дестинации и ее способности поддерживать долю рынка зависит от ее адаптации, а также устойчивости к сегодняшней меняющейся структуре спроса и глобальным условиям. Однако конкурентоспособность сельских направлений недостаточна для долгосрочного существования экосистемы туризма.

В целях содействия экономическому развитию сельских районов многие сельские общины в настоящее время начинают сосредотачивать вни-

мание на инновационной деятельности, такой как создание партнерств и сетей для создания стратегического альянса или кластера.

При этом экономика сельских регионов сильно уязвима перед социальными, политическими и финансовыми колебаниями, отрицательно сказывающимися на платежеспособных возможностях малого бизнеса. Развитие продовольственных кластеров в сельских поселениях может принести экономическую пользу фермерам и другим жителям за счет создания разного рода кулинарных предприятий, рабочих мест и дополнительных возможностей получения дохода за счет развития местной торговли. Следовательно, формирование продовольственных кластеров как стратегия брендинга в сельской местности может обеспечить основу для творческой деятельности и улучшить экономическое, культурное и экологическое благополучие жителей. Hjalager A. M. и Richards G. (2002) отметили, что для предотвращения стагнации экономической деятельности некоторые сельские общины перешли к развитию продовольственного кластера как стратегии создания более диверсифицированной экономики при поддержке местного производства продуктов питания [6]. Например, движение «The Slow Food Movement», зародившееся в Италии как «экогастрономическое движение местных жителей», продвигается во мно-

гих местах по всему миру как альтернатива быстрому образу жизни, основанному на фаст-фуде [7]. Такие кластеры обычно связаны с четко определенными территориями, которые обладают концентрацией уникальных природных, культурных ресурсов и сильной сельскохозяйственной базой.

Потребление местных продуктов питания приобретает все большее значение как практика, способствующая устойчивому развитию территории и туризма. Ученые предположили, что для того, чтобы рассматривать продукт как местный, он должен возникнуть в пределах 10–100 миль от места его потребления [5]. По данным проведенного опроса потребителей из США около 96 % покупателей считают, что продукт должен быть выращен, произведен или переработан в пределах 100 миль от места его продажи, чтобы считаться «местным»¹.

Потребители также ассоциируют местную еду с тем, что, во-первых, она производится в небольшом количестве и без использования химических или искусственных добавок. Во-вторых, потребление местной еды вызывает чувство удовлетворения среди потребителей, поскольку они считают, что, делая такие покупки, они помогают местным производителям [13]. В-третьих, в местных продуктах низкое содержание химических веществ, используемых в процессе производства. В-четвертых, осуществляется финансовая поддержка местных фермеров, в-пятых, возникают экологические преимущества. Таким образом, ожидается, что продажи местных продуктов питания превысят 20 млрд. долларов США в год [15].

Натуральные продукты местного производства стали центральной частью при выборе дестинации сельского отдыха. Кулинарная составляющая стала естественной и социальной особенностью окружающей среды. Основными трендами путешествий в 2022 году обозначены экотуризм и гастротуризм, поэтому вероятно спрос на агротуры с кулинарным уклоном вырастет. Например, туры, где можно приготовить знаменитую зарайскую коврижку, собрать своими руками бортовой мед или сварить сыр. С начала 2022 года рост спроса на такие туры составил 30 % в сравнении с аналогичным периодом 2021 года. Почти в каждой стране организовано свое сельское туристическое предложение по маршрутам в зависимости от типа пищи или типичного блюда.

Растущий интерес к гастрономическому и сельскому туризму привели к возможности для

некоторых фермерских рынков превратиться из общественных мероприятий в туристические достопримечательности. Фермерские рынки – это общественные мероприятия, которые собирают потребителей и производителей вместе, чтобы учиться, делиться и наслаждаться местной и региональной продукцией. Фермерские рынки – глобальное явление, популярность которых возросла с 1970-х годов и стала частью общественной жизни в сельской местности и некоторых маленьких городах. Есть несколько причин этого роста, в том числе акцент на улучшении здоровья, желании сохранить местные сорта продуктов питания и растущее понимание важности содержания небольших ферм. Примеры сельских туров на фермерские рынки включают экскурсии с гидом, покупки местных продуктов, получение опыта кулинарной школы, съемку кулинарных сюжетов с поварами.

Фермерские рынки позволяют туристам узнать больше о сельскохозяйственном наследии региона. Велика роль фермерских рынков как туристических впечатлений, предлагающих аутентичную еду и возможность познакомиться с местными жителями. Фермерские рынки предоставляют места, которые создают атмосферу и пространство для туристов через создание потребительских ландшафтов образа жизни [12]. По мере развития туризма фермерские рынки также могут быть включены в маркетинг и стратегии развития сельских и региональных территорий.

Согласно проведенному опросу ВЦИОМ-Спутник в 2021 году почти половина русского населения (42 %) ездит отдыхать в другие регионы России. При этом среди предпочтительных видов отдыха значится отдых в сельской местности или на даче (рис. 2).

63 % россиян едут по России с целью осмотра природных объектов, в два раза меньше интересуются архитектурными памятниками и объектами культурного наследия, в заповедники и заказники приезжает 25 %. При этом именно природе и климату присуща наивысшая оценка (4,4 балла), возможности побывать в интересных местах – 4,1 балл, а вот питание, проживание, стоимость проезда – болевые точки многих видов отдыха в России.

Среди опрошенных 58 % утверждают, что в нынешней ситуации выберут путешествие по России, тогда как 33 % респондентов отдают предпочтение зарубежному отдыху.

¹Local foods in the U.S. – statistics & facts // Statista. 2022. – URL: <https://www.statista.com/topics/2123/local-foods-statistics-and-facts/#dossierKeyfigures> (дата обращения: 18.04.2022).

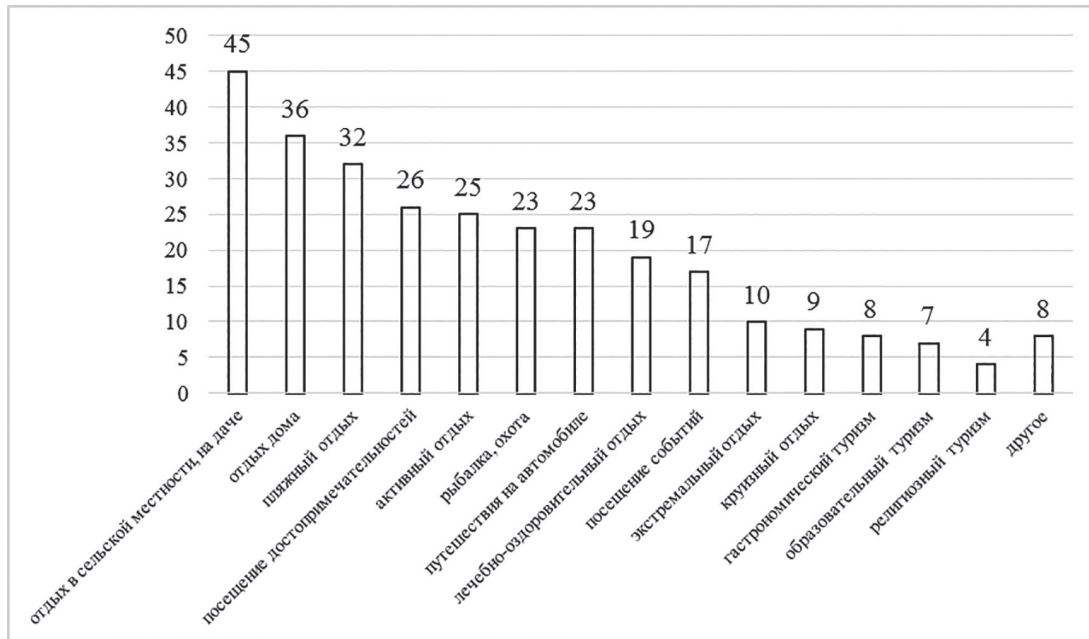


Рис. 2. Предпочтительные виды отдыха среди россиян
[Fig. 2. Preferred types of recreation among Russians]²

Сегодня, когда страна оказалась в непростых экономических условиях, с 2022 года в России ввели новый грант для сельхозпроизводителей – «Агротуризм», господдержка на проекты по развитию сельского туризма, включающая строительство инфраструктуры для туристов, благоустройство прилегающих территорий, закупку туристического оборудования, снаряжения и инвентаря³. В большинстве в данном гранте принимают участие сыроварни и объекты по переработке молока, далее идут винодельни, усадьбы в исторических местах, пчеловодческие, рыболовные фермы и аграрии, занятые в производстве плодов и ягод.

В таблице 1 представлены фермы, пасеки и иные агротуристские предприятия с акцентом на кулинарную деятельность (сыроварня, молочная ферма, пивоварение, пчеловодство, вегетарианство) в субъектах РФ.

Не все представленные агротуристские объекты включены в разработанный компанией тур с посещением фермерских рынков и иных достопримечательностей региона, в большинстве – это отдельно функционирующие предприятия и потребитель сам может дополнить свой отдых культурной составляющей. О формировании продовольственных кластеров можно говорить лишь в единичных случаях.

Таблица 1

Агропредприятия с уклоном на гастрономический отдых в некоторых субъектах РФ⁴

[Table 1. Agricultural enterprises with a focus on gastronomic recreation in some regions of the Russian Federation]

Субъект РФ / The region of the Russian Federation	Агротуристское предприятие / Agrotourism enterprise
Белгородская область	Усадьба пасечников «Медовый рай»; усадьба «Петровка» – изготовление медовухи
Владимирская область	Ферма «Богдарня», где изготавливают йогурт и сыры премиум-класса; агротуристический комплекс «Горыныч» – сыроварение
Вологодская область	Тур в «подворье на Починке» с мастер-классом по выпечке ватрушек; тур «Вологда – поселок Починок – Шексна – Кириллов – Вологда»; тур «Вологда – Вытегра (деревня Щекино) – Андома-гора – Кириллов – Вологда»; тур «Вологда – Кириллов – деревня Куракино – деревня Биряково – Вологда» с акцентом на гастрономию

² Опрос «ВЦИОМ-Спутник»

³ Правительство утвердило постановление о грантовой поддержке агротуризма // Правительство России. 2021. – URL: <http://government.ru/docs/44177/> (дата обращения: 08.04.2022).

⁴ Составлено авторами

Воронежская область	Академия молочных наук; эко-пасека «Долина пчел»
Калужская область	Экопасека «Пчелка»; эко-резиденция «Точка сборки» – выпечка бездрожжевого хлеба и вегетарианская кулинария
Костромская область	Сумароковская лосиная ферма – дегустация лосиного молока
Краснодарский край	Объекты аграрного туризма расположены на территории 24 муниципальных образований, это объекты, специализирующиеся на виноградарстве, садоводстве, конных прогулках, рыбалке и охоте, пчеловодстве, сыроварни и даже экзотические фермы – страусиные, крокодиловые, устричные и улиточные ⁵
Липецкая область	Кооператив «Сыр-Бор» – дегустация двадцати основных видов продукции, включая масло подсолнечное и сливочное, сыры, шоколадные конфеты с сырной начинкой, жидкий сыр
Республика Мордовия	Национальный маршрут «Зов Торамы», в рамках которого туристы посещают Саранск и несколько агрообъектов в разных селах
Пермский край	Проект «Степаново Городище», позволяющий принять участие в производстве и дегустировать молоко и молочную продукции; тур на пасеку в селе Калинино
Псковская область	В Печорском районе образовался кластер сельского туризма из частных ферм и музеев
Тамбовская область	Пасека «Хутор Ахадова»
Тверская область	Национальный турмаршрут «Государева дорога»; агроферма «La Fattoria Little Italy» (сыроварня Пьетро Мацци); пивоварня «Афанасий»; сыроварня «Сыр-бор Масловка»
Тульская область	Фермерский кооператив «Марк и Лев», объединяющий 15 малых и средних хозяйств по пекарскому делу, пивоварению и сыроварению; подворье «Лукино» помимо выращивания овощей занимается собственными консервами и кисломолочной продукцией; экоферма «Горчиная поляна» – изготовление домашнего хлеба
Ярославская область	Сыроварня Марии Коваль – приготовление продукции ремесленным способом по авторским рецептам на базе итальянских, голландских, французских технологий, также готовка молочных продуктов

В 2021 году прошла первая из четырех экспедиций – «Истоки Руси» – по сельским населенным пунктам Московской, Тверской, Новгородской, Псковской, Ленинградской, Вологодской и Ярославской областей⁶.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, сельские районы все больше страдают от потери экономических возможностей и значительного сокращения населения, что отрицательно сказывается на местной экономике. Сельская экономика выигрывает от новых инвестиций, создания рабочих мест и динамики туристического бизнеса, особенно если он хорошо связан с другими секторами экономики. Кроме того, прямые расходы туристов на туристические услуги, а также на другие местные услуги и продукты являются

важными факторами развития сельского туризма. Туризм в сельской местности обеспечивает интеграцию в идеализированную среду, которая сильно отличается от городской, т. е. позволяет уйти от городских стрессовых факторов, таких как загрязнение, шум, искусственные и перегруженные условия жизни. При этом экономика сельских регионов сильно уязвима перед социальными, политическими и финансовыми колебаниями, отрицательно сказывающимся на платежеспособных возможностях малого бизнеса.

Сегодня в условиях усложняющейся международной ситуации, ужесточения санкций, снижения покупательской способности населения, в России заметно трансформируется туристический рынок. По сути, это говорит о благоприятном моменте для

⁵В агротур на Кубань! // Российская газета. 2020. – URL: <https://rg.ru/articles/agroturizm/> (дата обращения: 22.04.2022).

⁶Россельхозбанк и Ростуризм запускают цикл межрегиональных экспедиций по развитию сельского туризма // Федеральное агентство по туризму. 2021. – URL: <https://tourism.gov.ru/news/17435/> (дата обращения: 02.05.2022).

развития внутренних видов отдыха, в том числе и аграрного. Большое разнообразие природных, культурных, сельскохозяйственных, этнографических, кулинарных и иных ресурсов сельской местности позволяет создавать конкурентоспособный туристский продукт приемлемого соотношения «цена – качество». Реализация огромного потенциала сельских территорий на основе аграрного и продовольственного сектора должна помочь в преодолении экономического, социального кризиса.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Полякова И.Л., Григорьева М.П. Сельский туризм: классификации и особенности организации // *Сервис в России и за рубежом*, 2017, т. 11, № 5, с. 31-43.
2. Пономарева И.Ю., Чернобровкина А.О., Пономарева М.В. Формы и объекты агротуризма Тульской области // *Сервис в России и за рубежом*, 2017, т. 11, № 8 (78), с. 104-118.
3. Сарафанова А.Г., Шабалина Н.В., Сарафанов А.А. Сельский и агротуризм: подходы к определению // *Современные проблемы сервиса и туризма*, 2020, т. 14, № 1, с. 100-108.
4. Becken S. Developing a framework for assessing resilience of tourism subsystems to climatic factors // *Annals of Tourism Research*, 2013, vol. 43, pp. 506-528.
5. Feldmann C., Hamm U. Consumers perceptions and preferences for local food: a review // *Food Quality and Preference*, 2015, vol. 40 (A), pp. 152-164.
6. Hjalager A. M., Richards G. *Tourism and Gastronomy*. 1st Edition. Routledge, New York, 2002.
7. Lee A. H. J., Wall G., Kovacs J. F. Creative food clusters and rural development through place branding: Culinary tourism initiatives in Stratford and Muskoka, Ontario, Canada // *Journal of Rural Studies*, 2015, vol. 39, pp. 133-144.
8. Long H., Zhang Y., Tu S. Rural vitalization in China: A perspective of land consolidation // *Journal of Geographical Sciences*, 2019, vol. 29 (4), pp. 517-530.
9. Pato L., Kastenholz E. Marketing of rural tourism – a study based on rural tourism lodgings in Portugal // *Journal of Place Management and Development*, 2017, vol. 10 (2), pp. 121-139.
10. Shin H., Chae S. Urbanisation and land use transition in a second-tier city: The emergence of small factories in Gimpo, South Korea // *Land Use Policy*, 2018, vol. 77, pp. 534-541.
11. The effect of land use change and ecotourism on biodiversity: a case study of Manuel Antonio, Costa Rica, from 1985 to 2008 / E.N. Broadbent, A. Zambrano, R. Dirzo et al. // *Landscape Ecology*, 2012, vol. 27 (5), pp. 731-744.
12. Thompson M. Farmers' markets and tourism: Identifying tensions that arise from balancing dual roles as community events and tourist attractions // *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 2020, vol. 45, pp. 1-9.
13. Unpicking motives to purchase locally-produced food: analysis of direct and moderation effects / J. Memery, R. Angell, P. Megicks, A. Lindgreen // *European Journal of Marketing*, 2015, vol. 49 (7/8), pp. 1207-1233.
14. Will the development of a high-speed railway have impacts on land use patterns in China? / H. Zhang, X. Li, X. Liu et al. // *Annals of the American Association of Geographers*, 2019, vol. 109 (3), pp. 979-1005.
15. Zhang T., Grunert K. G., Zhou Y. A values-beliefs-attitude model of local food consumption: an empirical study in China and Denmark // *Food Quality and Preference*, 2020, vol. 83, pp. 1-11.

Конфликт интересов: Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Поступила в редакцию 20.05.2022

Принята к публикации 27.02.2023

Rural Tourism: Trend of 2022 in Russia

A. G. Sarafanova✉, A. A. Sarafanov

Lomonosov Moscow State University, Russian Federation
(1, Leninskie gory, Moscow, 119191)

Abstract: The purpose of the article is to consider the importance of rural recreation as a promising direction for the sustainable development of territories.

Materials and methods. The object of research is rural tourism. The authors carried out a systematic analysis of the known results of the study of rural tourism, identified its main characteristics and typology. The main factor in the popularity of rural types of recreation is the culinary component. The authors discovered the importance of farmers' markets, which have evolved from social gatherings to tourist attractions. The current state of agricultural tourism has been studied. The study is based on methods of analysis, comparison of information. The work adopted an inductive approach using search data. Scientific works of both domestic and foreign scientists were used.

Results. One of the main goals of state policy is to create conditions for the sustainable development of rural areas, including the preservation of empty settlements. The active development of rural tourism contributes to the diversification of the economy, the emergence of jobs, an increase in the income of the population, and, in general, an improvement in the economic situation of the region. In the tourist market today there are many different types of rural recreation, including agricultural. But a rather unusual direction for the average consumer is an agro-tour with an emphasis on the culinary component. Farmer's markets with national dishes of the region can become attractions of such tours. The trend of active growth of the internal flow, especially tours to the countryside, will continue in the current conditions for quite a long time. The results of the study can be used by regional authorities in the formation of a management system for the development of tourism in the territory.

Conclusion. In the context of an increasingly complicated international situation, tougher sanctions, and a decrease in the purchasing power of the population, the tourism market in Russia is noticeably transforming: the need to promote domestic types of recreation, including agricultural, has grown. The development of food clusters in rural areas will bring economic benefits to farmers through the formation of culinary enterprises, the creation of jobs and additional income opportunities due to the development of local trade.

Key words: rural tourism, agrotourism, farmers' markets, Russian Federation, domestic tourism, culinary component.

For citation: Sarafanova A. G., Sarafanov A. A. Rural Tourism: Trend of 2022 in Russia. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seria: Geografya. Geoekologiya*, 2023, no. 1, pp. 54-62. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.17308/geo/1609-0683/2023/1/54-62>

REFERENCES

1. Polyakova I. L., Grigor'eva M. P. Sel'skiy turizm: klassifikatsii i osobennosti organizatsii [Rural tourism: classifications and organization features]. *Servis v Rossii i za rubezhom*, 2017, vol. 11, no. 5, pp. 31-43. (In Russ.)
2. Ponomareva I. Yu., Chernobrovkina A. O., Ponomareva M. V. Formy i ob'ekty agroturizma Tul'skoy oblasti [Forms and objects of agrotourism of the Tula region]. *Servis v Rossii i za rubezhom*, 2017, vol. 11, no. 8 (78), pp. 104-118. (In Russ.)
3. Sarafanova A. G., Shabalina N. V., Sarafanov A. A. Sel'skiy i agroturizm: podkhody k opredeleniyu [Rural and agrotourism: approaches to the definition]. *Sovremennye problemy servisa i turizma*, 2020, vol. 14, no. 1, pp. 100-108. (In Russ.)
4. Becken S. Developing a framework for assessing resilience of tourism subsystems to climatic factors. *Annals of Tourism Research*, 2013, vol. 43, pp. 506-528.
5. Feldmann C., Hamm U. Consumers perceptions and preferences for local food: a review. *Food Quality and Preference*, 2015, vol. 40 (A), pp. 152-164.

© Sarafanova A. G., Sarafanov A. A., 2023

✉ Anastasiya G. Sarafanova, e-mail: anastasyast@yandex.ru



The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

6. Hjalager A. M., Richards G. *Tourism and Gastronomy*. 1st Edition. Routledge, New York, 2002.
7. Lee A.H.J., Wall G., Kovacs J.F. Creative food clusters and rural development through place branding: Culinary tourism initiatives in Stratford and Muskoka, Ontario, Canada. *Journal of Rural Studies*, 2015, vol. 39, pp. 133-144.
8. Long H., Zhang Y., Tu S. Rural vitalization in China: A perspective of land consolidation. *Journal of Geographical Sciences*, 2019, vol. 29 (4), pp. 517-530.
9. Pato L., Kastenholz E. Marketing of rural tourism – a study based on rural tourism lodgings in Portugal. *Journal of Place Management and Development*, 2017, vol. 10 (2), pp. 121-139.
10. Shin H., Chae S. Urbanisation and land use transition in a second-tier city: The emergence of small factories in Gimpo, South Korea. *Land Use Policy*, 2018, vol. 77, pp. 534-541.
11. The effect of land use change and ecotourism on biodiversity: a case study of Manuel Antonio, Costa Rica, from 1985 to 2008 / E.N. Broadbent, A. Zambrano, R. Dirzo et al. *Landscape Ecology*, 2012, vol. 27 (5), pp. 731-744.
12. Thompson M. Farmers' markets and tourism: Identifying tensions that arise from balancing dual roles as community events and tourist attractions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 2020, vol. 45, pp. 1-9.
13. Unpicking motives to purchase locally-produced food: analysis of direct and moderation effects / J. Memery, R. Angell, P. Megicks, A. Lindgreen. *European Journal of Marketing*, 2015, vol. 49 (7/8), pp. 1207-1233.
14. Will the development of a high-speed railway have impacts on land use patterns in China? / H. Zhang, X. Li, X. Liu et al. *Annals of the American Association of Geographers*, 2019, vol. 109 (3), pp. 979-1005.
15. Zhang T., Grunert K. G., Zhou Y. A values-beliefs-attitude model of local food consumption: an empirical study in China and Denmark. *Food Quality and Preference*, 2020, vol. 83, pp. 1-11.

Conflict of interests: The authors declare no information of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

Received: 20.05.2022

Accepted: 27.02.2023

Сарафанова Анастасия Геннадьевна
научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, ORCID: 0000-0003-4065-5450, e-mail: anastasyast@yandex.ru

Сарафанов Александр Александрович
кандидат технических наук, научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, ORCID: 0000-0003-2756-6947, e-mail: alexsarafanov@mail.ru

Anastasiya G. Sarafanova
Research Assistant at the Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, ORCID: 0000-0003-4065-5450, e-mail: anastasyast@yandex.ru

Alexander A. Sarafanov
Cand. Sci. (Tech.), Research Assistant at the Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, ORCID: 0000-0003-2756-6947, e-mail: alexsarafanov@mail.ru