

Научная статья

Original article

УДК 339.138

DOI 10.55186/25876740_2023_7_5_6

**МАРКЕТИНГ В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ КАК ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ
ЭЛЕМЕНТОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА**
MARKETING IN RURAL TOURISM AS ONE OF THE MAIN ELEMENTS OF
PROMOTING A TOURIST PRODUCT



Чупина Ирина Павловна, доктор экономических наук, профессор кафедры управления и права, ФГБОУ ВО «Уральский ГАУ», г. Екатеринбург ул. Тургенева 23, к 4410. тел. (343)221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2875-3306>, irinacupina716@gmail.com

Симачкова Наталья Николаевна, кандидат исторических наук, доцент кафедры управления и права, ФГБОУ ВО «Уральский ГАУ», г. Екатеринбург ул. Тургенева 23, к 4410. тел. (343)221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4271-6264>, nikolina73@yandex.ru

Зарубина Елена Васильевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры управления и права, ФГБОУ ВО «Уральский ГАУ», г. Екатеринбург ул. Тургенева 23, к 4410. тел. (343)221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4271-6264>, ethos08@mail.ru

Журавлева Людмила Анатольевна, кандидат философских наук, доцент кафедры философии, ФГБОУ ВО «Уральский ГАУ», г. Екатеринбург ул. Тургенева 23, к 4410. тел. (343)221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4271-6264>, ethos08@mail.ru

Ручкин Алексей Владимирович, кандидат социологических наук, доцент кафедры философии, ФГБОУ ВО «Уральский ГАУ», г. Екатеринбург ул. Тургенева 23, к 4410. тел. (343)221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4271-6264>, ethos08@mail.ru

Chupina Irina Pavlovna, Doctor of Economics, Professor of the Department of Management and Law, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Ural GAU", Yekaterinburg st. Turgenev 23, to 4410. tel. (343) 221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2875-3306>, irinacupina716@gmail.com

Simachkova Natalya Nikolaevna, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Management and Law, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Ural State Agrarian University", Yekaterinburg st. Turgenev 23, to 4410. tel. (343) 221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4271-6264>, nikolina73@yandex.ru

Zarubina Elena Vasilievna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Management and Law, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Ural State Agrarian University", Yekaterinburg st. Turgenev 23, to 4410. tel. (343) 221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4271-6264>, ethos08@mail.ru

Zhuravleva Lyudmila Anatolyevna, Candidate of Philosophy, Associate Professor of the Department of Philosophy, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Ural State Agrarian University", Yekaterinburg, st. Turgeneva 23, room 4410. tel. (343)221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4271-6264>, ethos08@mail.ru

Ruchkin Alexey Vladimirovich, Candidate of sociological , Associate Professor of the Department of Philosophy, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Ural State Agrarian University", Yekaterinburg, st. Turgeneva 23, room 4410. tel. (343)221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4271-6264>, alexeyruchkin87@gmail.com

Аннотация. Маркетинг всегда являлся важной составляющей в продвижении любого товара, а для продвижения сельского туризма маркетинговые стратегии тем более имеют большое значение. Сельский туризм только в начальной стадии своего развития в нашей стране. Поэтому выявить потребности потребителей, найти свободную рыночную нишу и разделить потребителей на сегменты по предпочтениям – в этом основная задача маркетинга.

Для организации сельского туризма в первую очередь нужно создать условия для проживания туристов – это гостевые дома и прилегающая к ним территория. Также необходимо выявить потенциальные возможности развития сельского туризма в своей местности. Также нужно будет определиться с ценообразованием на оказание туристических услуг.

В настоящее время рынок туризма перенасыщен, и требуются какие – то новые направления для отдыха. Но дело не только в этом. Главной причиной развития сельского туризма является ухудшение экологии не только в России, но и во всем мире. А с этой проблемой связана и проблема исчезновения многих видов животных и растений с нашей планеты. Поэтому воспитание бережного отношения к природе и ее ресурсам является важной составляющей сельского туризма.

Урбанизация городов и исчезновение с карты России многих деревень по причине низкого уровня жизни сельских жителей также послужило серьезной причиной для развития сельского туризма. Сельские жители, предоставляя туристам свои услуги, могут обеспечивать себя дополнительными доходами, а также рабочими местами для других сельчан. Поэтому фермеры и сельскохозяйственные производители получили возможность осуществлять продвижение своих услуг с помощью современных интернет – технологий. А людей, которые предпочитают экологический туризм, становится все больше. В этом и заключается актуальность данной статьи.

Целью статьи является исследование потребительского спроса в отношении сельского туризма и роль маркетинговых мероприятий по продвижению сельского туризма в регионах страны. В статье использованы следующие методы исследования: методы анализа и синтеза, метод аналогии, метод факторного анализа.

Annotation. Marketing has always been an important component in the promotion of any product, and for the promotion of rural tourism, marketing strategies are all the more important. Rural tourism is only at the initial stage of its development in our country. Therefore, identifying the needs of consumers, finding a free market niche and dividing consumers into segments according to preferences is the main task of marketing.

To organize rural tourism, first of all, it is necessary to create conditions for tourists to live - these are guest houses and the territory adjacent to them. It is also necessary to identify potential opportunities for the development of rural tourism in their area. It will also be necessary to determine the pricing for the provision of tourist services.

Currently, the tourism market is oversaturated, and some new destinations for recreation are required. But it's not only that. The main reason for the development of rural tourism is the deterioration of the environment, not only in Russia, but throughout the world. As this problem is connected with the problem of the disappearance of many species of animals and plants from our planet. Therefore, the education of respect for nature and its resources is an important component of rural tourism.

The urbanization of cities and the disappearance of many villages from the map of Russia due to the low standard of living of rural residents also served as a serious reason for the development of rural tourism. Rural residents, providing tourists with their services, can provide themselves with additional income, as well as jobs for other villagers. Therefore, farmers and agricultural producers have the opportunity to promote their services using modern Internet technologies. And

there are more and more people who prefer eco-tourism. This is the relevance of this article.

The purpose of the article is to study consumer demand for rural tourism and the role of marketing activities to promote rural tourism in the regions of the country. The following research methods are used in the article: methods of analysis and synthesis, analogy method, factor analysis method.

Ключевые слова: сельский туризм, маркетинговые технологии, сегментация рынка, рекламная деятельность, потребительский спрос, природные ресурсы.

Key words: rural tourism, marketing technologies, market segmentation, advertising activities, consumer demand, natural resources.

В развитии сельского туризма выделяют три этапа. Первым этапом является зарождение данного вида туризма, который начинал свое развитие в фермерских хозяйствах. Для фермеров это был дополнительный доход, поэтому первые маркетинговые шаги были сделаны именно на данном этапе. Фермеры сдавали горожанам жилье на короткий срок с организацией питания. Для второго этапа характерен рост гостевых домов для туристов. На данном этапе уже наблюдается количественный рост городского населения, которое проводит отдых на природе вдали от городов.

И если первый этап сельского туризма начинался в 1980 – 1990 – е годы, а второй этап приходился на 2000 - 2010 - е годы, то третий этап - это 2020 - е годы. В наши дни сельский туризм становится не только более привлекательным, но и конкурентоспособным по отношению к другим видам туризма. И уже необходимой является целевая политика по туристической инфраструктуре на уровне федеральных, региональных и муниципальных органов власти по продвижению данного вида туризма [9, с.10].

Доля сельского туризма в России в общем объеме туристических услуг оценивается не более 3%. Но, тем не менее, различные направления сельского туризма существуют в 63 регионах страны. В зависимости от

климатических и географических условий, в каждом регионе программы развития сельского туризма разные. К ним относят ремесленные промыслы, сельские музеи, посещение заповедных мест, сбор грибов и ягод, знакомство с традициями и обычаями местных народов и многое другое. И как и в любом другом виде туризма гастрономические туры в сельском туризме очень востребованы. К ним относят приготовление пирогов в русской печи, экскурсии на сыроварни и винодельни, приготовление местных традиционных блюд [5, с.214].

В сельском туризме обязательно присутствуют и элементы этнографического туризма, когда происходит знакомство и традициями и обычаями народов разных национальных культур. И посещая национальные праздники, которые обязательно сопровождаются национальными костюмами и фольклором, туристы имеют возможность приобщиться к культурным традициям данных народов. Яркие праздничные мероприятия оставляют у туристов много впечатлений и являются также важным элементом продвижения данного вида туристического продукта.

Большой популярностью среди туристов пользуются конные прогулки, велосипедные поездки, пешие походы и другие виды активного отдыха. Поэтому местные жители и туроператоры разрабатывают для потребителей программы по предоставлению данных видов услуг с целью привлечения большого количества туристов для создания устойчивой маркетинговой стратегии.

Маркетинг является важным фактором для продвижения сельского туризма. Именно благодаря маркетинговым стратегиям сельский туризм становится популярным в последние годы. Поэтому маркетинг состоит из трех основных компонентов. Во – первых, это сам продукт, который предлагают туроператоры или сельские жители, которые являются принимающей стороной туристов. Во – вторых, это потребители. Здесь необходимо выявить сегментацию рынка по потребностям сегментов. И третьим компонентом является продвижение данного продукта и его

узнаваемость среди потребителей. Этим компонентом является комплексная деятельность по продвижению туристического продукта. Она включает способы и каналы продвижения при помощи рекламы, отзывов потребителей и других видов узнаваемости данного вида продуктов и услуг [8, с.35].

При создании продукта или услуги необходимо провести анализ рынка, который включает изучение потребностей сегмента. Далее нужно изучить, какие из потребностей уже удовлетворяются другими представителями по предоставлению данных услуг в данной местности, и в какой степени. И после этого проводится оценка всех возможных ресурсов территории, которые являются свободными нишами для создания своего туристического продукта.

Если рассматривать мотивацию людей, которые хотят отдыхать в сельской местности, то она у всех разная, но можно выделить ряд общих причин. Городских потребителей привлекает отдых в деревне из – за сельской тишины, чтобы отдохнуть от городского шума. Для других потребителей отдых в деревне удобен тем, что сельская местность находится практически рядом с городом, поэтому не нужно тратить много времени и денежных средств, чтобы добраться до пункта назначения. Некоторые потребители стремятся в сельскую местность, чтобы приобрести натуральные продукты питания, которых не встретить на городских прилавках торговых точек. И кроме всего прочего в финансовом отношении отдых в сельской местности доступен практически каждому потребителю. Рассмотрим основные факторы, которые влияют на развитие сельского туризма в России, в таблице 1.

Таблица 1 - Факторы, оказывающие влияние на развитие сельского туризма в регионах страны

<i>Факторы воздействия на сельский туризм</i>	<i>Основные положения</i>
Экономические факторы	<ul style="list-style-type: none"> - уровень экономического развития региона; - уровень жизни городского и сельского населения; - платежеспособность потенциальных

	туристов
Факторы маркетинговой среды	<ul style="list-style-type: none"> - количество и качество мест по размещению туристов; - количество и качество пунктов питания; - развитость социальной сельской инфраструктуры; - качество и ассортимент предлагаемого туристического продукта
Географические факторы	<ul style="list-style-type: none"> - наличие заповедных мест и природных достопримечательностей; - удаленность от городской среды
Природно-климатические факторы	<ul style="list-style-type: none"> - состояние природной среды; - экологическая обстановка района;
Организационные факторы	<ul style="list-style-type: none"> - влияние сезонности в предоставлении видов услуг сельского туризма;
Социальные факторы	<ul style="list-style-type: none"> - безопасность пребывания для туристов в местах отдыха; - возможность получения качественной медицинской помощи при необходимости; - возможность организации семейного отдыха

Даже и при небольших финансовых затратах на данный вид отдыха, туристы не только думают о тишине, но и желают ярких эмоций и впечатлений. Поэтому отдых должен быть комплексным. И ключевыми моментами этого являются уютные комнаты, предназначенные для отдыхающих, хорошая еда и доброжелательное отношение к туристам. И чем больше мероприятий будет предложено туристам, тем интереснее будет проходить отдых и туристы на более длительный срок могут остаться в сельской местности [4, с.112].

Туристов привлекает глубокий многоплановый продукт со смыслом и ценностями. Это значит, что туристический продукт должен учитывать индивидуальные интересы отдыхающих – диета, физические особенности, финансовые возможности.

Приведем несколько маркетинговых стратегий по привлечению туристов для отдыха в сельскую местность. Например, на Кубани туристов принимают в сельских населенных пунктах или небольших городах, а также в кубанских

станциях. Туристы охотно посещают поля, где выращивают черешню, сливы, арбузы и многое другое. Привлекательными являются и страусиные фермы.

Туристам предлагают заниматься сельскохозяйственными работами вместе с сельскими жителями. За это туристы получают скидку за проживание в гостевых домах, а для сельских тружеников труд туристов – это дополнительная помощь при уборке урожая.

В Нижегородской области туристам интересно знакомство с дворянскими усадьбами в окрестностях Богородска. Для туристов организовано катание на лошадях, участие в производстве сыров и предлагаются мастер – классы по изготовлению изделий из валяной шерсти.

В Бурятии продвижение сельского туризма состоит в проведении уникальных праздников, которые не встречаются в других регионах России. К ним относят «Фестиваль черемухи на Чикое», «Фофановский огурец», «Арбузно – огуречная долина», «День табунщика» и многие другие.

Окунуться в мир живой природы предлагает Алтай. В горах Алтая в усадьбе Солонешье на 200 га территории усадьбы расположен сафари – парк, где в естественных условиях живут олени, лошади. В усадьбе предлагаются для туристов пантовые ванны, костровище, спортзал, массажный кабинет. Организуются туры на каскад водопадов реки Шинок, горных пещер, и в гости к потомкам староверов – кержаков, чтобы посмотреть староверческие обряды и самим в них поучаствовать. А долина «Алтайское Холмогорье» - это место проведения по стране ежегодных гастрономических фестивалей, где собираются лучшие рестораторы страны.

Довольно необычным является тур по посещению села Бичура. Это самое крупное село в мире с большим культурным и религиозным наследием. Осенью здесь проводят фестиваль «Бичуринские дворики». Это прогулка по самой длинной сельской улице длиной 17 километров. Это самая длинная деревенская улица не только среди деревень России, но и во всем мире. Поэтому данная деревня занесена в топ 10 самых длинных сельских улиц мира и в Книгу рекордов Гиннеса.

В Свердловской области одним из мест сельского туризма можно назвать поселок Висим, который расположен на территории туристического кластера «Гора Белая» рядом с городом Нижний Тагил. Этот тур уникален тем, что ранее здесь располагались стойбища шаманов и старообрядцев [7, с.39].

Из приведенных примеров видно, что разнообразие, которое вводят каждый из туроператоров при продвижении сельского туризма, умножает поток туристов и расширяет сегментацию рынка в этом направлении. Но, тем не менее, любой созданный продукт или услуга нуждаются в продвижении и рекламе. Далеко не все туристы владеют информацией о предложениях по деятельности определенных территорий в сфере сельского туризма. Поэтому реклама здесь будет играть первостепенную роль по продвижению туристического продукта. Также необходимо на основе предпочтений потребителей и с учетом местных особенностей региона нужно решить, каким будет бренд данного тура. Бренд зависит от того, что конкретно производится, какие услуги будут оказаны. Созданный бренд будет постепенно узнаваем, и тогда потоки туристов будут увеличиваться.

По результатам исследования «Текущее состояние сельского туризма в России» выделяют 45 брендов объектов сельского туризма и 387 крупных событийных мероприятий [3, с.10].

Развивать сельский туризм можно по двум направлениям – на основе личного подсобного хозяйства (ЛПХ), или как физическое лицо. ЛПХ не является формой предпринимательской деятельности. Данной формой деятельности может заниматься любой человек, у которого имеется земельный участок. Излишки своей продукции он продает без уплаты налогов на рынке, в магазинах или экскурсантам. Но доходы от оказания туристам других видов услуг подлежат налогообложению.

Продвигать сельский туризм можно и не имея личного подсобного хозяйства. Это может быть физическое лицо, которое занимается народными промыслами, или это может быть экскурсовод. В этом случае по итогам года нужно также платить налог 13 % на доходы физических лиц.

В настоящее время на 25 субъектах РФ осуществляется государственная поддержка сельского туризма, а в 13 субъектах страны термин «сельский» и «аграрный» туризм введен в законодательство на региональном уровне. Еще в 12 регионах страны сельский туризм рассматривается как приоритетное направление развития региона.

Если изучить статистику выездного сельского туризма, то есть откуда едут в сельскую местность на отдых туристы, то приведем следующие цифры:

- из региональных центров – 38%;
- из малых городов региона – 21 %;
- из других регионов – 14 %;
- из Москвы и Санкт – Петербурга – 18 %;
- иностранные туристы – 9 % [6, с.89].

Далее рассмотрим негативные факторы, которые влияют на туристические потоки. Одна из основных причин – это плохие дороги. Во многие сельские населенные пункты очень сложно добираться на своем и общественном транспорте по проселочным дорогам. Особенно это проявляется в сезон дождей, когда дороги размыты. Следующая причина состоит в недостатке информации о туристическом продукте, практическом отсутствии рекламы и слабом продвижении туристического продукта. Слабо развитая инфраструктура сельских поселений также является важной причиной в маркетинговом продвижении туристического продукта. А к этой причине добавляется и причина недостаточной господдержки сельского туризма со стороны региональных властей. Поэтому отсутствие комфортных условий для проживания и сервиса также негативно влияют на потоки туристов. И еще существенной причиной является большая доля теневого рынка [10, с.151].

Поэтому для развития данного вида туризма необходимо включить сельский туризм в направления господдержки. Развитие сельского туризма возможно только в рамках программы «Комплексное развитие сельских

территорий». Для этого необходимыми условиями будут стимулирование малого и среднего бизнеса в сфере сельского туризма при помощи субсидий и грантовой поддержки. Субсидии должны предоставляться на возмещение затрат по развитию материально – технической базы объектов сельского туризма. Также экологический и аграрный туризм должны быть включены в отдельные направления для заявки с льготными условиями инвестирования.

А для сельских жителей, как принимающей стороны проводить обучающие курсы по организации деятельности в сфере сельского туризма. Значение сельского туризма для органов местного самоуправления, сельских жителей и самих потребителей туристического продукта приведем в таблице 2.

Таблица 2 - Значение сельского туризма для органов местного самоуправления, сельских территорий и туристов

<i>Значение сельского туризма для органов местного самоуправления</i>	<i>Значение сельского туризма для сельских территорий</i>	<i>Значение сельского туризма для туристов</i>
Пополнение регионального и муниципального бюджетов	Дополнительный доход принимающей стороны	Отдых в сельской местности
Более низкий уровень безработицы за счет самозанятых в сфере сельского туризма	Создание новых рабочих мест в сельской местности	Употребление натуральных продуктов питания
Активизация деятельности сельского общества	Улучшение инфраструктуры сельских поселений	Контакт с природой и сельскими жителями
Сохранение культурных традиций села	Активизация новых проектов сельского туризма	Участие в жизни сельских жителей
Импульс для развития других отраслей экономики – строительство, транспорт, ремесленное мастерство и промыслы	Использование незатратных природных ресурсов	Изучение истории и культуры региона, его природного наследия
Дополнительные инвестиции в местный бюджет	Сохранение культурного исторического наследия сельской местности	Приобретение опыта в сельской местности
Развитие деловых и культурных связей внутри региона и за его пределами	Повышение самооценки местных жителей и проведение мастер – классов для приема туристов	Культурное обогащение знаниями исторического прошлого региона

Таким образом, из таблицы 2 видно, что от развития туризма получают положительное значение не только сельские жители, но и органы местного

самоуправления. Органы местного самоуправления, развивая и поддерживая сельский туризм на муниципальном и региональном уровнях, имеют финансовую возможность улучшать инфраструктуру села. Для сельских жителей - это дополнительный заработок и сохранение местной молодежи в деревнях и селах, а для туристов – не только отдых на природе, но и получение познавательной информации по истории родного края, его культуре и быте. Кроме этого большинство туристов, отдыхающих в сельской местности, в дальнейшем более бережно относятся к природным ресурсам и стремятся улучшить экологию своих городов.

Литература

1. Федеральный закон от 2 июля 2021 г. № 318 - ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и статью 7 Федерального закона «О развитии сельского хозяйства» [Электронный ресурс]:

<https://rg.ru/documents/2021/07/07/fz318.html> (дата обращения 24.06.2023).

2. Указ от 13 февраля 2015 года № 70 - УГ «Об утверждении Стратегии развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области до 2030 года» [Электронный ресурс]: <https://docs.cntd.ru/document/429010098> (дата обращения 26. 06. 2023).

3. Богайскова А.В. Сельский туризм для развития сельских территорий России // Проблемы и перспективы развития сельского хозяйства и сельских территорий: сб. ст. VIII Междунар. науч.-практ. конф. – Саратов. 2019. С. 8 - 11.

4. Грошев И. В., Корчагин Е. П. Туризм для лиц пожилого возраста: монография. - Москва: ИНФРА – М. 2021. 303 с.

5. Губа Д. В., Воронов Ю. С. Лечебно-оздоровительный туризм: курорты и сервис: учебник. - Москва: Спорт. 2020. 240 с.

6. Девлетов О.У. Аграрный туризм России: имидж, реклама, сервис: учеб. пособие. – Москва. Директ – Медиа. 2018. 381 с.

7. Давыденко Л. Н. Методологические аспекты исследования развития сельского туризма // Агротуризм в период современных вызовов: национальный опыт: материалы XII Нац. науч.-практ. конф. с междунар. Участием. Минск. 25 нояб. 2021 г. – Минск. 2021. - С. 36 - 41

8. Калямина О.В. Роль аграрного туризма в развитии российских территорий // Маркетинг и логистика. 2018. № 1. С. 29 - 36.

9. Лебедева И. В., Копылова С. Л., Пантюхина С. В., Корнева В. А., Тестов М. И., Ковалевская В. А., Мерлушкин В. Г., Иванова А. В. Методическое пособие для начинающих «Сельский туризм: основы, принципы, партнерства». - Москва: АНО «АРСИ». 2021. 104 с.

10. Ходова С.С., Носова Ю.А., Дмуха Д.В. Маркетинговая стратегия агротуризма: эффективные коммуникации в сети интернет // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. № 6. С. 150 – 153.

Literature

1. Federal Law No. 318 - F3 of July 2, 2021 "On Amendments to the Federal Law "On the Basics of Tourist Activity in the Russian Federation" and Article 7 of the Federal Law "On the Development of Agriculture" [Electronic resource]:

<https://rg.ru/documents/2021/07/07/fz318.html> (

accessed 24.06.2023). 2. Decree No. 70 - UG dated February 13, 2015 "On approval of the Strategy for the development of domestic and inbound tourism in the Sverdlovsk Region until 2030" [Electronic resource]: <https://docs.cntd.ru/document/429010098> (accessed 26. 06. 2023).

3. Bogaiskova A.V. Rural tourism for the development of rural territories of Russia // Problems and prospects of development of agriculture and rural territories: collection of art. VIII International Scientific and Practical Conference - Saratov. 2019. pp. 8-11.

4. Groshev I. V., Korchagin E. P. Tourism for the elderly: monograph. - Moscow: INFRA – M. 2021. 303 p

. 5. Guba D. V., Voronov Yu. S. Health tourism: resorts and services: textbook. - Moscow: Sport. 2020. 240 p.

6. Devletov O.U. Agrarian tourism of Russia: image, advertising, service: studies. stipend. – Moscow. Direct Media. 2018. 381 p.

7. Davydenko L. N. Methodological aspects of rural tourism development research // Agroecotourism in the period of modern challenges: national experience: materials of the XII National Scientific and Practical conference with international Participation. Minsk. November 25, 2021 – Minsk. 2021. - p. 36 - 41

8. Kalyamina O.V. The role of agricultural tourism in the development of Russian territories // Marketing and logistics. 2018. No. 1. pp. 29-36.

9. Lebedeva I. V., Kopylova S. L., Pantyukhina S. V., Korneva V. A., Testov M. I., Kovalevskaya V. A., Merlushkin V. G., Ivanova A.V. Methodological guide for beginners "Rural tourism: fundamentals, principles, partnerships". - Moscow: ANO "ARSI". 2021. 104 p.

10. Khodova S.S., Nosova Yu.A., Dmukha D.V. Marketing strategy of agrotourism: effective communications on the Internet // International Journal of Applied and Fundamental Research. 2017. No. 6. pp. 150 – 153.

© Чупина И. П., Симачкова Н. Н., Зарубина Е. В., Журавлева Л. А., Ручкин А. В. 2023. *International agricultural journal*, 2023, №5, 1393-1407.

Для цитирования: Чупина И. П., Симачкова Н. Н., Зарубина Е. В., Журавлева Л. А., Ручкин А. В. Маркетинг в сельском туризме как один из основных элементов продвижения туристского продукта // *International agricultural journal*. 2023. №5, 1393-1407.