



# Роль и перспективы агротуризма в формировании имиджа территорий

*ГЕРАСИМЕНКО ВАЛЕНТИНА ВАСИЛЬЕВНА, Д.Э.Н., ПРОФЕССОР,  
ЗАВ. КАФЕДРОЙ МАРКЕТИНГА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА  
МГУ ИМЕНИ М.В. ЛОМОНОСОВА*



# Что включает агротуризм и сельский туризм?

В России и в мире - **это социально-экономическая идея** дать фермерам возможность дополнительного легального заработка, а жителям городов - отдохнуть на природе, поработать и попробовать натуральные деревенские продукты.

Объединяет **ряд направлений:**

- ✓ Агротуризм
- ✓ Гастрономический туризм
- ✓ Событийный туризм
- ✓ Лечебно-оздоровительный туризм
- ✓ Экологический туризм (экотуризм, зеленый туризм)
- ✓ Ремесленный туризм
- ✓ Культурно-этнографический туризм



Основные особенности всех видов сельского туризма - это «Отдых с заземлением», совмещение работы и отдыха, а также культурный обмен:



- знакомство с культурно-историческими особенностями сельской местности;
- использование сельских ресурсов;
- сельский образ жизни;
- совместное участие в сельском труде.

# WWOOF *World Wide Opportunities on Organic Farms,* или *Willing Workers on Organic Farms*

Общемировая идея и движение

Сетевая структура  
В 132 странах

Экологический агротуризм  
Работа за жилье и еду



- ✓ Органическое земледелие
- ✓ Стандарты условий проживания туристов
- ✓ Государственная поддержка участия



## Институциональный аспект агротуризма в России.

Сельский туризм ждет законодательного оформления

- Всемирная туристская организация объявила **2020 год - Годом сельского и экологического туризма**. По популярности в Европе этот вид путешествий занимает второе место после традиционного пляжного отдыха. Правительства воспринимают их как важную составляющую программ **комплексного социально-экономического развития села**, сокращение **разрыва** между наиболее отсталыми сельскими районами и территориями с более развитой экономикой.
- В России – начало развития, около 3000 объектов туризма. . С 2013 года у нас действует **Национальная ассоциация сельского и агротуризма**.
- Главной проблемой оказалось то, что из-за отсутствия закона фермеры не могут официально оформить доходы от туристической деятельности. Обсуждается новый **проект закона**, Его поддержали Министерство сельского хозяйства и Министерство экономического развития РФ.

## Маркетинговый аспект – ожидается взаимное влияние территории и субъекта агробизнеса



- **Территория** может помочь развивать бренд агротуризма (развитие инфраструктуры и информационная поддержка)
- **Агротуризм** может помочь развивать бренд территории (изменяет настроение и поведение людей по отношению к территории, дает перспективы занятости за счет развития туристических кластеров, включающих агротуризм)
- Но для этого сам агротуризм должен стать более массовым и привлекательным для потребителя, иметь креативный **маркетинг и интересный бренд**.
- Как этого добиться, на какие подходов опираться?

# Событийный маркетинг при поддержке районной администрации развивает бренд агрофирмы и региона



ПРИМЕР. В 2017 году РОО «Аграрно-молодежное объединение Республики Татарстан» совместно с ассоциацией РАСТ в муниципальных районах Республики Татарстан были проведены следующие мероприятия

направленные на развитие событийного и сельского туризма:

- Фестиваль креативных санок «SUNNYФЕСТ»;
- Яичный фестиваль «Скорлупино»;
- Арт-фестиваль многонациональной культуры и быта «СЕНОФЕСТ»;
- Медовый экофестиваль «ПЧЕЛИНО».

Региональная



# Турист едет за впечатлениями, как его привлечь? Принципы формирования и продвижения турпродукта

- **Маркетинг территории**, создание всемирного единого бренда региона и **кросс-маркетинг** различных объектов сельского туризма на одной территории (сетевые партнерства)
- Максимальное **разнообразие и контрасты** лежат в основе создания ярких впечатлений (креативность и индивидуальность бренда)
- **Ценообразование** (цена индивидуального продукта высокая, но с учетом ЦА)
- **Продвижение** - Создание моды на сельский туризм среди жителей регионального центра, близлежащих городов, соседних регионов, активные коммуникации .



# Маркетинговые коммуникации агротуризма (классика жанра в основе):



- проведение **PR-мероприятий** (выставок, презентаций, тест-ту-ров, инфо-туров для СМИ, акций, фестивалей, праздников и пр.);
- - выпуск и распространение **рекламно-полиграфической продукции** (путеводители, каталоги, буклеты и пр.);
- - размещение информации об объектах сельского туризма **на интернет-ресурсах**, в социальных сетях, каталогах, поисковых системах и пр., в т.ч. создание сайтов - каталогов объектов сельского туризма вашей территории;
- - **медиа-поддержка** (постоянная работа со СМИ на всех уровнях).

ПРИМЕР мероприятий. Шесть лет подряд Алтайский край выступает стратегическим партнером крупнейшей российской туристической выставки «Интурмаркет», Отличный веб-сайт [visitaltai.info](http://visitaltai.info) также способствует эффективному продвижению региона:

# Потребитель завтра будет совсем не таким, как вы ожидаете! Новые тренды потребительского поведения



- **Еда** (продукты питания и рестораны) становится способом самоидентификации и частью потребительской культуры, сильно влияют соцсети.
- **Healthonism** (по аналогии с термином «гедонизм») становится образом и стилем жизни, ориентированным на сохранение и поддержание физического и психологического здоровья и постоянную заботу о себе.
- Потребители начинают все больше внимания при выборе товаров и услуг обращать на способы **социальной ответственности** и заботы об окружающей среде.
- **Цифровых технологий** увеличивают роль смартфонов: удобные коммуникации, заказ продуктов, поиск информации и быстрое решение других задач (технологии «на кончиках пальцев»).



- ✓ **Культурная составляющая** сельского туризма: этнографические музеи, народные праздники, изучение обрядов и фольклора.  
Чему учит опыт региональных малых музеев?

У малых этнографических музеев длинная история, они лучше изучены,

Но их роль в маркетинге территорий почти так же невелика.

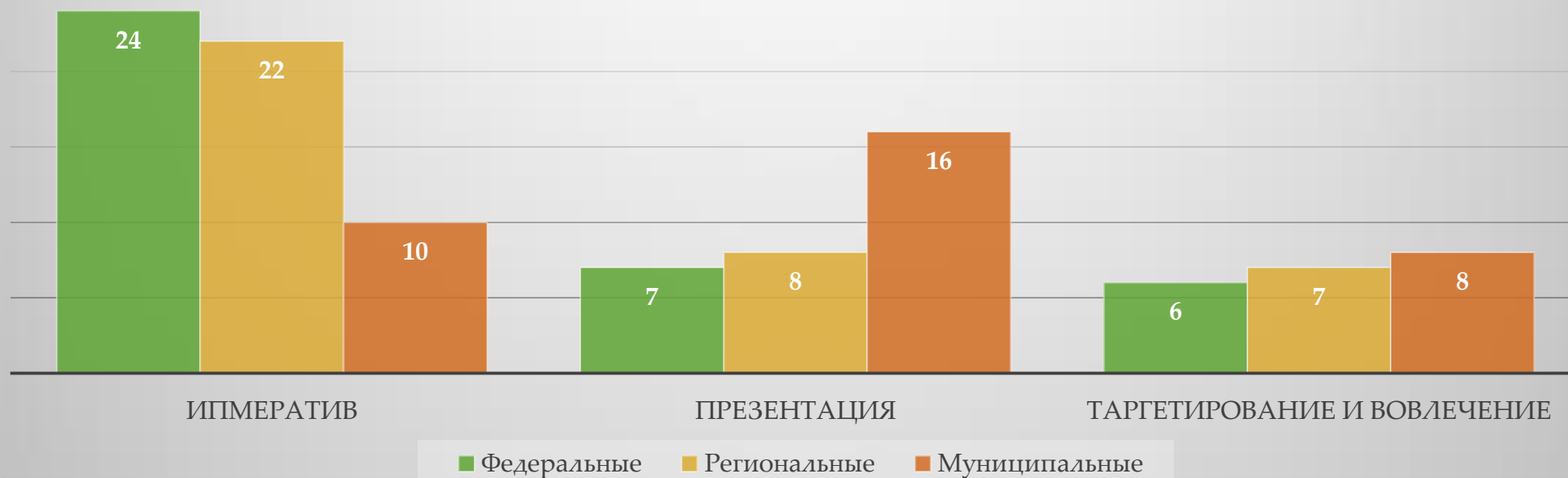
А их концептуальный маркетинг поучителен для сельского туризма





# Готовность музеев как части туристического комплекса к цифровым коммуникациям с потребителем

Опрос Минкультуры РФ 2019 –  
Как строить позиционирование музеев  
(коммуникационные установки сотрудников)



wordstat.yandex.ru/#!/?words=агротуризм

[Директ](#) [Справочник](#) [Метрика](#) [Рекламная сеть](#) [Маркет](#) [Деньги](#) [ещё](#)

# Яндекс

[подбор слов](#)

1.08.2020

Статистика  
поисковых запросов  
за месяц

агротуризм

По словам  По регионам  История запросов

**Все** | Десктопы | Мобильные | Только телефоны | Только планшеты

Что искали со словом «агротуризм» — 6 029 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>
<a href="#">агротуризм</a>	6 029
<a href="#">агротуризм куда поехать</a>	481
<a href="#">агротуризм +в европе</a>	466
<a href="#">агротуризм +в испании</a>	459
<a href="#">агротуризм +в россии</a>	262
<a href="#">агротуризм +в области</a>	258
<a href="#">агротуризм +в подмосковье</a>	232
<a href="#">агротуризм +в крым</a>	104



[подбор слов](#)

сельский туризм

По словам

По регионам

История запросов

Все

Десктопы

Мобильные

Только телефоны

Только планшеты

1.08.2020  
Статистика  
поисковых запросов  
за месяц

Что искали со словом «сельский туризм» — 3 410 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
<a href="#">сельский туризм</a>	3 410
<a href="#">развитие сельского туризма</a>	415
<a href="#">сельский туризм +в области</a>	322
<a href="#">сельский туризм +в россии</a>	256
<a href="#">сельский туризм новости</a>	240
<a href="#">проект сельского туризма</a>	96
<a href="#">объекты сельского туризма</a>	83
<a href="#">сельским экологическим туризмом</a>	82
<a href="#">сельский туризм 2020</a>	78



# Маркетинг в соцсетях: 4 метрики для развития интернет-коммуникаций операторов сельского туризма в Instagram:

- **Интенсивность усилий** – количество и частота постов
- **Разнообразие усилий** - фотографии и видео, которые публикуются в общую ленту новостей; Stories –публикации мгновенного контента, который отображается пользователям только 24 часа; публикация длительных видеороликов в формате IGTV.
- **Отзывчивость** – степень, с которой музей реагирует на сообщения аудитории.
- **Коэффициент вовлеченности аудитории** -метрика для оценки обратной связи от аудитории. Показатель позволяет оценить интерес аудитории к конкретным публикациям. Показатель рассчитывается как среднее значение лайков и комментариев в отношении к общему числу подписчиков.

# Станет ли сельский туризм **драйвером развития территорий**, или агропутешественники так и останутся в меньшинстве?

- в мире ежегодно путешествуют почти 800 миллионов людей, до трети из них предпочитают сельский туризм. В Европе зарегистрировано два миллиона мест в агро- усадьбах ([https://tsargrad-tv.turbopages.org/s/tsargrad.tv/articles/agroturizm-kak-sposob-razvitija-sela-v-rossii\\_162142](https://tsargrad-tv.turbopages.org/s/tsargrad.tv/articles/agroturizm-kak-sposob-razvitija-sela-v-rossii_162142)) **Есть тренд! Нужны действия:**
- В Италию туристы едут поесть моцареллу из буйволиного молока, попробовать уникальные вина, свежесжатое оливковое масло, во французском Пьемонте - лягушек, в Ломбардии - виноградных улиток, в Умбрии - трюфели. **Бизнесу нужно создавать региональные агро-туристические бренды!**
- **От государства нужны инвестиции в инфраструктуру села и включение эко-фермеров в программу господдержки как цель аграрной политики.**





*Спасибо за внимание!*