

УДК 911

DOI: 10.18384/2310-7189-2019-1-124-136

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ В СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ: СОВРЕМЕННЫЙ ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ УСЛУГ

Щербакова С. А.¹, Евдокимов М. Ю.²

¹ *Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Смоленский филиал
214030, г. Смоленск, ул. Нормандия-Неман, д. 21, Российская Федерация*

² *Московский государственный областной университет
141014, Московская область, г. Мытищи, ул. В. Волошиной, д. 24,
Российская Федерация*

Аннотация. В статье выявлены особенности современного портрета потребителя услуг сельского туризма в Смоленской области. Авторами для решения исследовательской задачи проведено анкетирование по изучению мнения жителей Смоленской области относительно востребованности услуг сельского туризма регионе. В результате анализа материалов обследования установлены потребности и приоритеты потенциальных туристов при выборе места отдыха в сельской местности; возможности развития сельского туризма в Смоленской области, в том числе путем систематизации факторов, сдерживающих его развитие в регионе. В итоге обобщен значительный массив данных социологических опросов и сформулированы предложения по внедрению оптимальных форм развития туризма в сельской местности. Статья адресована преподавателям высших учебных заведений, аспирантам, магистрантам, студентам и специалистам, работающим в сфере туризма.

Ключевые слова: Смоленская область, объект туризма, туристская мобильность, туристский продукт, социологический опрос, сельская местность.

RURAL TOURISM IN THE SMOLENSK REGION: MODERN PORTRAIT OF A SERVICE CONSUMER

S. Scherbakova¹, M. Evdokimov²

¹ *Plekhanov Russian University of Economics, Smolensk Branch
ul. Normandia-Neman 21, 214030 Smolensk, Russian Federation*

² *Moscow Region State University
ul. Very Voloshinoy 24, 141014 Mytishchi, Moscow region, Russian Federation*

Abstract. The paper considers the features of a modern portrait of a consumer of rural tourism services in the Smolensk region. The research task is solved by conducting a survey to study the opinions of residents of the Smolensk region regarding the relevance of rural tourism services in the region. By analyzing the survey materials, we determine the needs and priorities of potential tourists choosing a holiday destination in rural areas; opportunities for the development of rural tourism in the Smolensk region, including by systematizing the factors hindering

its development in the region, are outlined. As a result, a considerable amount of data from sociological surveys is summarized and proposals for the implementation of optimal forms of tourism development in rural areas are formulated. The paper is addressed to teachers of higher educational institutions, graduate students, undergraduates, students and professionals working in the field of tourism.

Keywords: Smolensk region, tourism object, tourist mobility, tourist product, sociological survey, rural area.

Постановка проблемы

При разработке туристского продукта для сельского туризма важно учитывать туристскую мотивацию населения во всем многообразии определяющих ее факторов (возрастные особенности, географические предпочтения, социальный статус, занятость, материальные возможности, осведомленность о туристских объектах и оказываемых услугах в сельской местности и др.) [9; 10; 11; 12]. О большинстве из этих факторов и их влиянии на развитие туризма в сельских местностях можно судить лишь по результатам социологических исследований, так как официальная статистика не дает соответствующих информационных срезов.

Целью исследования стало определение потенциального потребителя услуг сельского туризма в Смоленской области в ходе опроса населения региона.

Результаты исследования

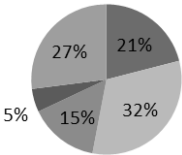
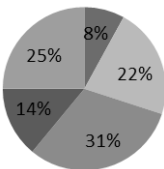
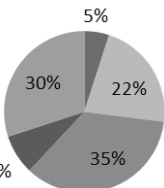
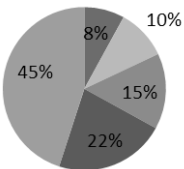
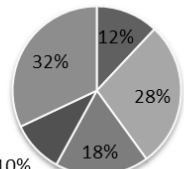
Выводы опираются на данные проведенного в декабре 2018 г. анкетирования 500 респондентов в трудоспособном и старше трудоспособного возраста из 25 районов Смоленской области, а также городов Смоленск и Десногорск. В ходе опроса выявлялся уровень осведомленности респондентов о современном состоянии сельского туризма в регионе, изучались ос-

новные приоритеты опрошенных при выборе отдыха в сельской местности и потенциальные услуги, которые могли бы быть оказаны в сельских гостевых домах и агроусадебках Смоленщины, конкретизировалась форма сельского туризма специально для сельской местности Смоленской области, а также определялись факторы, препятствующие росту сельского туризма в области.

Выборка в 500 чел. обеспечивает доверительную вероятность (точность исследования) на 95% при интервале (погрешности) $\pm 5\%$. Первостепенной задачей, решаемой в ходе исследования, стало определение туристской мобильности граждан в сельскую местность, как одного из основных показателей спроса на туристские услуги в сельских территориях. Исходя из располагаемых ресурсов, было принято решение оценить этот показатель, отталкиваясь от возрастных категорий респондентов (табл.). Полученные данные свидетельствуют о максимальной мобильности молодежного сегмента респондентов. При этом наиболее часто выезжают в сельскую местность лица в возрасте 16–24 лет. Так, раз или несколько раз в неделю сельскую местность посещают 21% опрошенных и раз или несколько раз в месяц – 32% респондентов. Причинами приезда в сельскую местность стали: посещение родственников (в основном бабушек,

Таблица

Частота выездов респондентов в сельскую местность с целью туризма и отдыха

| Возрастные категории респондентов (лет) | Распределение ответов |
|---|--|
| 16–24 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Один раз или несколько раз в неделю ■ Один раз или несколько раз в месяц ■ Один раз или несколько раз в год ■ Реже одного раза в год ■ Я живу в сельской местности |
| 25–34 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Один раз или несколько раз в неделю ■ Один раз или несколько раз в месяц ■ Один раз или несколько раз в год ■ Реже одного раза в год ■ Я живу в сельской местности |
| 35–44 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Один раз или несколько раз в неделю ■ Один раз или несколько раз в месяц ■ Один раз или несколько раз в год ■ Реже одного раза в год ■ Я живу в сельской местности |
| 45–54 |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Один раз или несколько раз в неделю ■ Один раз или несколько раз в месяц ■ Один раз или несколько раз в год ■ Реже одного раза в год ■ Я живу в сельской местности |
| 55 и старше |  <ul style="list-style-type: none"> ■ Один раз или несколько раз в неделю ■ Один раз или несколько раз в месяц ■ Один раз или несколько раз в год ■ Реже одного раза в год ■ Я живу в сельской местности |

дедушек) и знакомых, а также проведение активного отдыха на природе с семьей или в компании друзей.

Лица в возрасте 25–34 лет – получившие к этому моменту образование, имеющие определенный доход и часто еще не связанные семейными отношениями и/или не имеющие детей, отметили, что посещают сельскую местность с целью отдыха и туризма несколько раз в год (31%) и несколько раз в месяц – 22% респондентов. Костяк группы опрошенных в возрасте 35–44 лет составляют работающие граждане, имеющие семьи с детьми, а значит, и меньшие финансовые и временные возможности на реализацию потребностей, связанных с туризмом и отдыхом. Респонденты этой группы рассматривают сельский туризм в основном как дачный отдых. Иначе выглядит ситуация в возрастном сегменте от 45 и старше 55 лет. Большинство опрошенных в этом сегменте отметили, что они проживают в сельской местности (45% респондентов) и в

связи с этим туристская деятельность в пределах населенного пункта их постоянного проживания для них не актуальна.

Необходимо отметить, что задачи исследования не предполагали выявление длительности поездок, поэтому следует учитывать в данном случае все возможные категории, от поездок одного дня до более продолжительных выездов на отдых в сельскую местность. Получение более точных сведений требует дополнительного инструментария, в частности, проведения фокус-групп. Отчасти подтверждают предыдущие выводы ответы респондентов относительно предпочтений проведения отдыха в выходные дни (рис. 1). Более 36% респондентов предпочитают совершить экскурсионный маршрут выходного дня в пределах или за пределы региона. Четверть всех опрошенных предпочитают посетить фестиваль или праздник, в том числе в пределах района проживания. Примерно равные процентные доли набрали

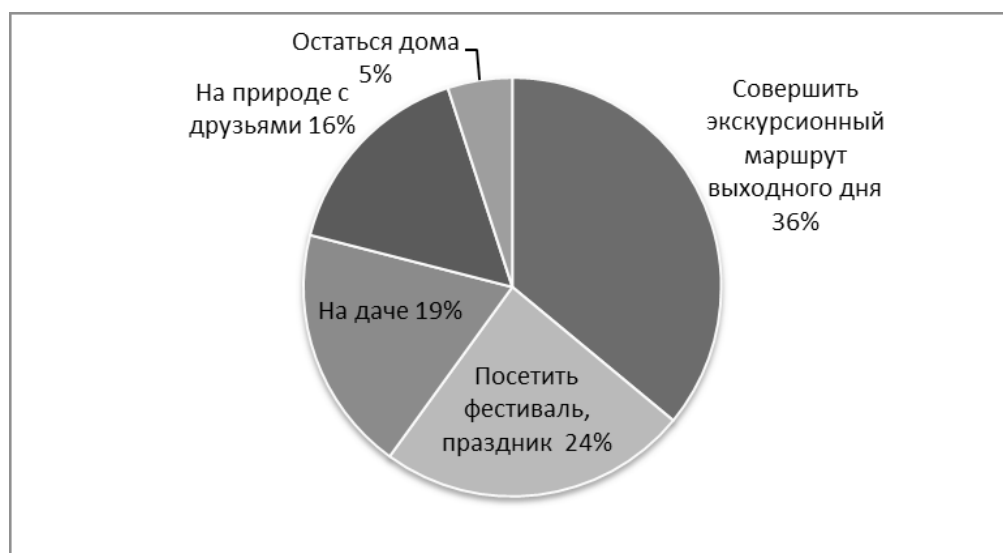


Рис. 1. Структура предпочтений респондентов в отдыхе на выходные дни

ответы, в которых было выражено желание отдохнуть на природе и поехать на дачу – 19% и 16% соответственно. Оставшаяся часть опрошенных выразили мнение о том, что лучше остаться дома и никуда не выезжать.

Настораживает тот факт, что почти 90% респондентов не знают о существовании в Смоленской области сельских гостевых домов и агроусадеб [1]. Только несколько респондентов указали объекты, которые, по их мнению, относятся к объектам сельского туризма: фермерское хозяйство «Шугайловские дворики» (Демидовский район), агроусадьба «Мироедово (Краснинский район), база отдыха «Спасские Барсуки» (Духовщинский район), а также крестьянское хозяйство «Трошино» (Вяземский район), крестьянское (фермерское) хозяйство Абдуллаев Алибей Абдуллаевич (Вяземский район), крестьянское (фермерское) хозяйство «Балтутино» (Глинковский район). Таким образом, несмотря на реализуемые проекты и инициативы в рамках развития сельского туризма, необходимо усилить информирование и рекламу отдыха в сельской местности для привлечения потенциальных туристов.

Однако 10% респондентов, в основном в возрасте от 45 до 54 лет, указали Республику Беларусь в качестве основного региона выезда с целью посещения объектов сельского туризма (агроусадьбы, экодеревни, экофермы и др.). Респонденты смогли перечислить намного больше объектов сельского туризма в Республике Беларусь, чем в Смоленской области. Примечателен тот факт, что потребители услуг сельского туризма в Республике Беларусь в среднем на размещение в сельской

местности потратили от 500 до 1500 российских руб. в сутки. Указанные цены сопоставимы с ценами, предлагаемыми в анкете, для выяснения умеренной стоимости на услуги проживания в сельских гостевых домах в Смоленской области. Это свидетельствует о том, что развитие сельского туризма в Смоленской области весьма актуально и целесообразно.

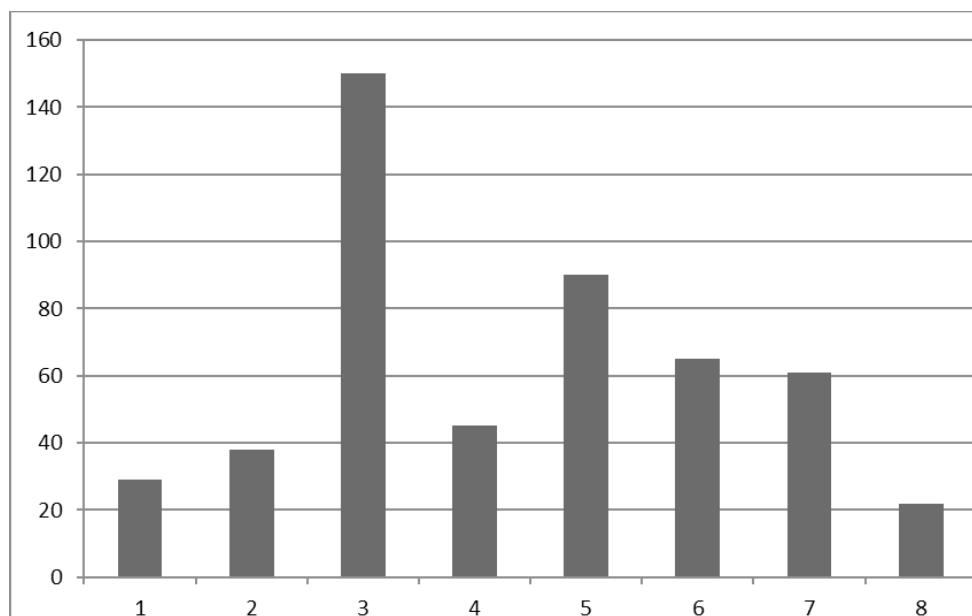
В контексте складывающейся картины особый интерес представило выявление факторов, препятствующих развитию сельского туризма в Смоленской области. Вопреки сложной социально-экономической обстановке в области, большинство опрошенных (30%) выделили отсутствие доступной информации и массовой рекламы об объектах сельского туризма в Смоленском регионе в качестве главного сдерживающего фактора (рис. 2). Этот ответ по популярности более чем в 1,5 раза опережает следующий за ним – несоответствие цены и качества оказываемых услуг (18%).

На фактор сезонности указали 13% респондентов. По сути своей сезонность в сельском туризме – довольно объяснимое явление, характеризующееся природно-климатическим фактором. В летний и зимний период времени наблюдается пик сезонных колебаний и цен, так же как в период школьных каникул и во время национальных праздников. Этому периоду соответствует и сезонный подъём спроса. В качестве «мёртвого» сезона можно наблюдать конец зимы и раннюю весну. Межсезонье, которое соответствует весеннему и осеннему сезонам года, можно попытаться нивелировать при помощи проведения спортивных мероприятий в сельской

местности, оказания услуг охоты и рыбалки [3; 4; 5]. Сезонные колебания измеряются при помощи индексов сезонности, которые рассчитываются как процентное отношение средних месячных уровней за ряд лет к общему среднемесячному объему реализованных услуг за весь расчетный период. Это позволит повлиять на неравномерность спроса в сельском туризме [6; 7].

Настораживает ситуация во мнении респондентов (12,2%) об отсутствии интересных объектов сельского туризма в Смоленской области. По-

этому влияние сельского туризма на сельскую местность прослеживается не явно и далеко не во всех случаях [2]. Этот факт мы можем объяснить только тем, что многие респонденты не знают что такое «сельский туризм» и какие объекты относятся к сельскому туризму в связи с отсутствием рынка услуг данного вида туризма. Высокую стоимость услуг, как причину низкого развития сельского туризма в Смоленской области, отметили только 45 респондентов (9%). На недружелюбное налоговое законодательство указали 38 респондентов (7,6%).



Прим.: 1 – конкуренция других видов туризма; 2 – недружелюбное налоговое законодательство; 3 – отсутствие информации, рекламы; 4 – высокая стоимость услуг; 5 – несоответствие цены и качества оказываемых услуг; 6 – сезонность; 7 – нет интересных объектов сельского туризма; 8 – в Беларуси то же самое, но разнообразнее / дешевле.

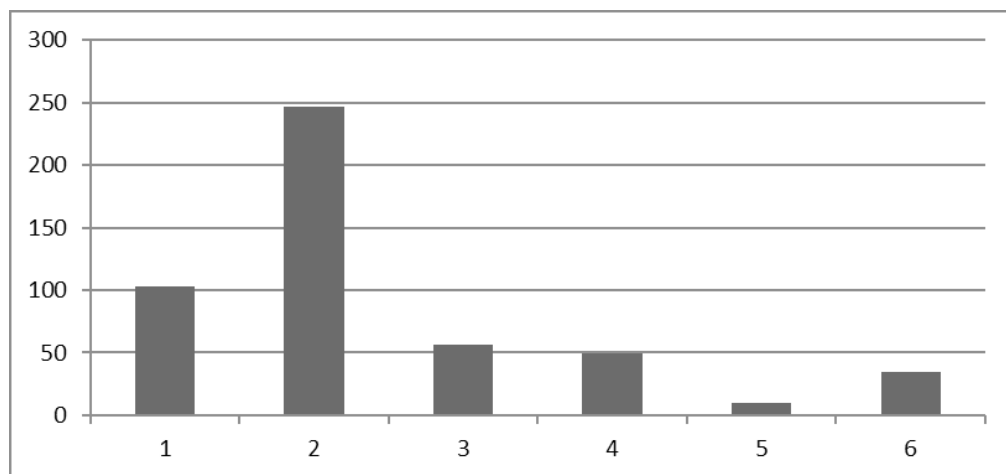
Рис. 2. Факторы, сдерживающие развитие сельского туризма в Смоленской области

Следующим шагом исследования стало выявление мнения респондентов относительно возможностей потребителей приобрести услуги, оказываемых в сельских территориях (рис. 3).

Так, при выборе средства размещения для отдыха в сельской местности большинство опрошенных (247 чел. или 49,4%) предпочтут сельский дом со всеми удобствами, далее по популяр-

ности идёт ответ – размещение в современном доме-коттедже (103 чел. – 20,6%). Меньший интерес вызвало размещение на специально отведённом месте для палатки (7%) и в комнате в сельской местности с хозяевами (2%). Меньше половины респондентов

(49,4%) воспользовались бы услугами проживания в сельских гостевых домах в Смоленской области при условии умеренной стоимости проживания до 500 руб./сутки, оставшаяся часть определила стоимость проживания до 1000 руб./сутки.



Прим.: 1 – современный дом-коттедж; 2 – сельский дом со всеми удобствами; 3 – сельский дом с удобствами на территории; 4 – дом на экоферме; 5 – комната в сельском доме с хозяевами; 6 – специально отведённое место для палатки.

Рис. 3. Предпочтения респондентов в средствах размещения для отдыха в сельской местности

При ответе на вопрос: «Какие услуги, кроме услуг проживания и питания, необходимо оказывать в сельском гостевом доме за дополнительную плату?» мы не ограничивали количество выбранных респондентами вариантов ответов, так как в ходе исследования было важно узнать весь спектр услуг, которые можно оказывать туристам в сельской местности (рис. 4). Примечательно, что в лидирующих услугах оказались культурно-познавательные услуги (экскурсии по местности, посещение сельских музеев, клубов) (70% респондентов) и услуги бани, пекарни, проката снаряжения и т.д. (66%). На

третьем по частоте выбранных вариантов – продажа сельхозпродукции, мясной, молочной продукции, дикоросов, изделий народных промыслов и др. Продукцию фермерских хозяйств готовы покупать 240 респондентов (48%).

Почти треть опрошенных выделили услуги по обучению народным промыслам и ремеслам (36%), а также участие в событийных мероприятиях, религиозных праздниках (32%) и услуги по оздоровлению организма (28,6%). Также респонденты выделили услуги катания на лошадях, сельскохозяйственной технике (18%) и услуги по рыбалке, охоте (17%). Только каждый



Рис. 4. Основные услуги, которые необходимо оказывать в сельских гостевых домах и агроусадебках за дополнительную плату (кроме проживания и питания)

десятый респондент (9,4%) назвал в качестве приоритетных дополнительных услуг, оказываемых в сельской местности, агротуристские услуги (например, участие в сельхозработах). По мнению опрошенных, список услуг можно дополнить, включив в программу пребывания в сельской местности проведение спортивных мероприятий.

Полученные результаты говорят о востребованности и необходимости

внедрения широкого спектра дополнительных услуг в сельских гостевых домах и агроусадебках. Изучив приоритеты респондентов при выборе места отдыха в сельской местности, можно отметить, что живописная природа и расположение вблизи водоема являются главными условиями хорошего отдыха в сельской местности, что подтверждается мнениями большинства опрошенных (389 го-

лосов – 77,8% и 354 голосов – 70,8% соответственно) (рис. 5). Более половины респондентов отметили, что важным фактором развития сельско-

го туризма является наличие богатого культурно-исторического наследия и благоприятные экологические условия территории.



Рис. 5. Приоритеты респондентов при выборе места отдыха в сельской местности

Познакомиться с этнографическими особенностями и с сельским образом жизни высказали желание более 40% респондентов и 35,6% респондентов соответственно. По мнению 29% опрошенных, разработанная программа досуга и развлечений непременно привлечёт туристов в сельскую местность. Недорогие продукты питания местного производства могут стать мотивом туристской поездки в сельскую местность

для 126 респондентов (25,2%). Всего 35 опрошенных (7%) отметили интересной возможностью пообщаться с животными на ферме или в деревне.

Завершая исследование, был поставлен вопрос: «Какую форму сельского туризма необходимо развивать в сельской местности Смоленской области?». В результате большая часть респондентов согласилась с предложенным утверждением, что нужно

развивать классический сельский туризм, ориентированный на автотуристов, предполагающий проживание в сельском гостевом доме (одном или нескольких по маршруту путешествия), и активное использование местного туристско-рекреационного потенциала: сельской природы, сельской жизни, культурного наследия и организованных форм проведения досуга). Хотя сельский приключенческий туризм нашёл среди опрошенных своих потребителей, – его основой являются услуги по организации охоты, рыбалки, конных и байдарочных походов, туров на квадроциклах, снегоходах и др.

Выводы

Респонденты из разных районов Смоленской области, как правило, не задумывались о потенциале развития сельского туризма по причине низкой осведомлённости о возможностях использования туризма в сельской местности как источника дополнительных доходов в сфере неаграрной занятости населения. Так, 90% респондентов указали на тот факт, что им ничего не известно о существовании на территории Смоленской области объектов сельского туризма. Тем не менее более 97% опрошенных высказали интерес к отдыху в сельской местности с проживанием и питанием в сельских гостевых домах и агроусадебках разного уровня комфорта и цены. Было отмечено, что отдых в сельском гостевом доме или в деревенском доме может стать альтернативой отдыху на даче, что говорит о наличии значительного потенциального спроса при умеренной цене за ночевку (до 1000 руб.).

Наиболее ориентированные на отдых в сельской местности граждане

молодых возрастов, от 16 до 24 лет и от 25 до 34 лет, которые посещают природные и культурные объекты в сельской местности недалеко от мест постоянного проживания. Это потенциально наиболее привлекательный сегмент потребителей услуг сельского туризма, учитывая их локальную мобильность и стремление к активным формам коллективного отдыха. С возрастом интерес к отдыху в сельской местности снижается, хотя в возрастной группе 45–54 лет она несколько выше, чем в группах 35–44 лет и 55 лет и старше. Это связано с тем, что большинство из них постоянно проживает в сельских населенных пунктах, не рассматривая сельский туризм как приоритетный вид отдыха.

Приоритетами респондентов при выборе места отдыха в сельской местности стали факторы:

- акценты на живописной природе и расположении вблизи водоема в сельской местности;

- заинтересованность в аутентичности, которая присутствует на селе, а также в разнообразных культурно-исторических особенностях и традициях территории;

- желание получить от отдыха пользу для своего здоровья через экологически чистую среду, употребление продуктов местного производства и др.;

- заинтересованность социальным туризмом, который делает акцент на межличностном контакте (с местным населением), в частности, туристы не являются чужими на селе и заинтересованы в общественном объединении;

- рост значения сегмента сельского туризма на рынке туристских услуг, который со временем должен будет включать лиц старшего возраста.

Немаловажным представляется и то, что для респондентов сельский отдых в соседней Республике Беларусь в целом оказался предпочтительней местного, смоленского. Это связано как с качеством услуг, так и с ценой, а также с более разнообразным предложением туристских услуг в сельской местности. В связи с этим, мы должны понимать, что находимся в непосредственной близости от конкурентов, которым пока проигрываем и по цене, и по качеству [8]. Таким образом, в качестве основных факторов, сдержи-

вающих развитие сельского туризма в Смоленской области, можно назвать низкий уровень осведомленности об объектах туризма и событиях в сельской местности, несоответствие цены и качества оказываемых услуг, а также отсутствие должного интереса к посещению местных региональных объектов сельского туризма. Недружелюбное налоговое законодательство и сезонность также являются немаловажными факторами.

Статья поступила в редакцию 14.01.2019

ЛИТЕРАТУРА

1. Евдокимов М. Ю. Мифы и реалии регионального развития турбизнеса // Туризм и региональное развитие: материалы III Международной научно-практической конференции. Смоленск: Смоленский гуманитарный университет, 2004. С. 95–98.
2. Евдокимов М. Ю., Кожевников С. В. Проблемы развития сельского туризма в Смоленской области // География и туризм: Сборник научных трудов. Пермь: Пермский гос. ун-т, 2006. С. 55–59.
3. Жукова М. А., Чудновский А. Д., Курбакова О. А. Методика выбора модели развития сельского туризма в российских регионах // Известия Сочинского государственного университета. 2013. № 1–2 (24). С. 152–161.
4. Лебедева И. В., Копылова С. Л. Сельский туризм как средство развития сельских территорий: методическое пособие. М.: АРСИ, 2018. 164 с.
5. Подольникова Е. М., Любочка Т. С. Развитие агробизнеса в муниципальном образовании // Социально-экономические и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции и перспективы развития: материалы международной научно-практической конференции. Брянск: Брянский гос. аграрный ун-т, 2016. С. 415–419.
6. Сельский туризм: опыт, проблемы, перспективы развития в России. М.: [Б.и.], 2008. 72 с.
7. Фидоренко Я. И. Факторы развития сельского туризма в Российской Федерации // Социально-экономические явления и процессы. 2016. Т. 11. № 1. С. 100–105.
8. Щербакова С. А. Формирование модели туристского кластера Смоленской области: экономико-географический аспект // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Естественные науки. 2018. № 1. С. 77–85.
9. Dashper K. Rural Tourism: Opportunities and Challenges, in Rural Tourism: An International Perspective. Cambridge Scholars Publishing, 2014. Pp. 1–16.
10. Sanagustin Fons M., Fierro J., Patino M. Rural tourism: a sustainable alternative // Applied Energy. 2011. Vol. 88 (2). Pp. 551–557.
11. Tourism, Environment and Sustainability. Sofia: St. Kliment Ohridski University Press, 2015. Pp. 167–181.
12. Egger T., Favre G., Passaglia M. Der Agrotourismus in der Schweiz: Analyse der aktuellen Situation und Empfehlungen für die Zukunft (Studie im Auftrag von Agora und tourisme-rural.ch). Bern: SAB Verl., 2008. 123 S.

REFERENCES

1. Evdokimov M. Yu. [The myths and realities of regional development of tourist industry]. In: *Turizm i regional'noe razvitiye: materialy III Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Tourism and regional development: materials of III International scientific-practical conference]. Smolensk, Smolenskii gumanitarnyi universitet Publ., 2004, pp. 95–98.
2. Evdokimov M. Yu., Kozhevnikov S. V. [Problems of development of rural tourism in the Smolensk region]. In: *Geografiya i turizm: Sbornik nauchnykh trudov* [Geography and tourism: Collection of scientific works]. Perm', Permskii gos. Univer. Publ., 2006, pp. 55–59.
3. Zhukova M. A., Chudnovskii A. D., Kurbakova O. A. [The method of selection of the model of rural tourism development in the Russian regions]. In: *Izvestiya Sochinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2013, no. 1–2 (24), pp. 152–161.
4. Lebedeva I. V., Kopylova S. L. *Sel'skii turizm kak sredstvo razvitiya sel'skikh territorii* [Rural tourism as a means of rural development]. Moscow, ARSI Publ., 2018. 164 p.
5. Podol'nikova E. M., Lyubochka T. S. [The development of agribusiness in the municipality]. In: *Sotsial'no-ekonomicheskie i gumanitarnye issledovaniya: problemy, tendentsii i perspektivy razvitiya: materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Socio-economic and humanitarian studies: problems, tendencies and prospects of development: materials of international scientific-practical conference]. Bryansk, Bryanskiy gos. agrarniy univer. Publ., 2016. pp. 415–419.
6. *Sel'skii turizm: opyt, problemy, perspektivy razvitiya v Rossii* [Rural tourism: experience, problems, and prospects of development in Russia]. Moscow, unkn. publ., 2008. 72 p.
7. Fidorenko Ya. I. [Factors of rural tourism development in the Russian Federation]. In: *Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i protsessy*. 2016. T. 11. , no. 1, pp. 100–105.
8. Shcherbakova S. A. [The formation of the model of the tourist cluster in the Smolensk region: economic-geographical aspect]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Estestvennye nauki*, 2018, no. 1, pp. 77–85.
9. Dashper K. Rural Tourism: Opportunities and Challenges. In: *Rural Tourism: An International Perspective*. Cambridge Scholars Publishing, 2014, pp. 1–16.
10. Sanagustin Fons M., Fierro J., Patino M. Rural tourism: a sustainable alternative. In: *Applied Energy*, 2011, vol. 88 (2), pp. 551–557.
11. *Tourism, Environment and Sustainability*. Sofia, St. Kliment Ohridski University Press, 2015, pp. 167–181.
12. Egger T., Favre G., Passaglia M. *Der Agrotourismus in der Schweiz: Analyse der aktuellen Situation und Empfehlungen für die Zukunft (Studie im Auftrag von Agora und tourisme-rural.ch)* [The agro-tourism in Switzerland: analysis of the current Situation and recommendations for the future (study on behalf of Agora, and tourisme-rural.ch)]. Bern, SAB Verl., 2008. 123 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Щербакова Светлана Александровна – кандидат географических наук, доцент кафедры менеджмента и таможенного дела Смоленского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова;
e-mail: sollos@mail.ru

Евдокимов Михаил Юрьевич – кандидат географических наук, доцент кафедры экономической и социальной географии географо-экологического факультета Московского государственного областного университета;
e-mail: 89107207477@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Svetlana A. Shcherbakova – PhD in Geographical sciences, Associate Professor at the Department of Management and Customs Law, Smolensk Branch of Plekhanov Russian University of Economics;

e-mail: sollos@mail.ru

Mikhail Yu. Evdokimov – PhD in Geographical sciences, Associate Professor of the Department of Economic and Social Geography, Faculty of Geography and Ecology, Moscow Region State University;

e-mail: 89107207477@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Щербакова С. А., Евдокимов М. Ю. Сельский туризм в Смоленской области: современный портрет потребителя услуг // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Естественные науки. 2019. № 1. С. 124–136.

DOI: 10.18384/2310-7189-2019-1-124-136

FOR CITATION

Shcherbakova S., Evdokimov M. Rural Tourism in the Smolensk Region: Modern Portrait of a Service Consumer. In: *Bulletin of the Moscow Regional State University. Series: Natural Sciences*, 2019, no. 1, pp. 124–136.

DOI: 10.18384/2310-7189-2019-1-124-136