

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИИ: ПОКОЛЕНЧЕСКИЙ ПОДХОД

Миронова О. А.^{1*}, Киянова Л. Д.²

¹ Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ),
Ростов-на-Дону, Россия

² Российская таможенная академия (Ростовский филиал),
г. Ростов-на-Дону, Россия

* lady.sensey2010@yandex.ru

Аннотация. *Введение.* В современных условиях, характеризующихся усилением геополитической напряженности, развитие внутреннего туризма и поиск направлений повышения эффективности использования рекреационных ресурсов страны особенно актуализируется. Сравнительно новым и до конца не освоенным сектором внутреннего туризма является для Российской Федерации агротуризм, интерес к которому как со стороны российских туристов, так и со стороны предпринимателей, желающих развиваться в этой сфере, растет. Сельский туризм является перспективным направлением развития предпринимательства – источником дохода для сельхозпроизводителей и одним из факторов развития сельских территорий (создание рабочих мест, развитие инфраструктуры, увеличение доходов местных и региональных бюджетов). В последнее время государство оказывает различные меры поддержки субъектам малого и среднего бизнеса, желающим заниматься агротуризмом, что повышает заинтересованность предпринимателей в этом виде бизнеса. На основании анализа тенденций развития данной сферы в мире в целом и в России в частности можно прогнозировать возрастание интереса со стороны туристов к отдыху внутри страны в сельской местности. *Материалы и методы.* Теоретико-методологической основой проведенного исследования послужили работы российских и зарубежных авторов, акцентирующих внимание на вопросах применения теории поколений в различных сферах человеческой деятельности, в частности в сфере туризма. *Результаты исследования.* Одной из проблем, которую приходится решать предпринимателям, является создание туристических продуктов, способных удовлетворять запросы различных категорий потребителей. Теория поколений, изучающая ценностные установки представителей разных поколений, может явиться основой для разработки стратегий бизнеса в сфере сельского туризма. В статье анализируется возможное влияние ценностного восприятия представителей выделенных в рамках данной научной концепции поколений на их отношение к отдыху, определяются направления использования результатов развития теории поколений при разработке и продвижении турпродуктов в сфере агротуризма. *Обсуждение и заключение.* Практическая значимость исследования обусловлена задачами диверсификации бизнеса в сельских территориях. Одним из инструментов, призванных повысить эффективность предпринимательства в данной сфере, может стать сельский туризм, развитие которого может быть более эффективным с применением основных положений теории поколений при разработке туристического продукта.

Ключевые слова: внутренний туризм, сельский туризм, теория поколений.

Для цитирования: Миронова О. А., Киянова Л. Д. Сельский туризм как направление развития внутреннего туризма в России: поколенческий подход. *Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)*. 2025;2(32):117-128. doi: 10.54220/v.rsue.1991-0533.2025.90.2.010.

Research article

JEL L83

RURAL TOURISM AS A DIRECTION FOR THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM IN RUSSIA: A GENERATIONAL APPROACH**Mironova O.¹*, Kiyanova L.²**¹ *Rostov State University of Economics,
Rostov-on-Don, Russia*² *Russian Customs Academy (Rostov branch),
Rostov-on-Don, Russia** *lady.sensey2010@yandex.ru*

Abstract. *Introduction.* In modern conditions characterized by increasing geopolitical tensions, the development of domestic tourism and the search for ways to increase the efficiency of using the country's recreational resources are particularly relevant. Agrotourism is a relatively new and not fully developed sector of domestic tourism for the Russian Federation, and interest in it is growing both from Russian tourists and from entrepreneurs who want to develop in this field. Rural tourism is a promising area of business development: a source of income for agricultural producers and one of the factors of rural development (job creation, infrastructure development, increased revenues of local and regional budgets). Recently, the government has been providing various support measures to small and medium-sized businesses wishing to engage in agrotourism, which increases the interest of entrepreneurs in this type of business. Based on the analysis of trends in the development of this area in the world as a whole, and in Russia in particular, it is possible to predict an increase in tourist interest in rural recreation within the country. *Materials and methods.* The theoretical and methodological basis of the research was the work of Russian and foreign authors who focus on the application of generational theory in various fields of human activity, in particular, in the field of tourism. *Research results.* One of the problems that entrepreneurs have to solve is the creation of travel products that can meet the needs of various categories of consumers. The theory of generations, which studies the value attitudes of representatives of different generations, can be the basis for developing business strategies in the field of rural tourism. The article analyzes the possible influence of the value perception of representatives of the generations identified within the framework of this scientific concept on their attitude to recreation and defines the directions of using the results of the development of generational theory in the development and promotion of tourism products in the field of agrotourism. *Discussion and conclusion.* The practical significance of the study is determined by the objectives of business diversification in rural areas. Rural tourism can become one of the tools designed to increase the effectiveness of entrepreneurship in this area, the development of which can become more effective by applying the basic principles of generational theory in the development of a tourism product.

Keywords: domestic tourism, rural tourism, generational theory.

For citation: Mironova O., Kiyanova L. Rural tourism as a direction for the development of domestic tourism in Russia: a generational approach. *Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH)*. 2025;2(32):117-128. doi: 10.54220/v.rsue.1991-0533.2025.90.2.010.

Введение

Начало 20-х гг. нынешнего столетия ознаменовалось для российской индустрии туризма рядом новых вызовов, носящих зачастую беспрецедентный характер. В их числе следует назвать в первую

стрии туризма рядом новых вызовов, носящих зачастую беспрецедентный характер. В их числе следует назвать в первую

очередь пандемию COVID-19, жестко ударившую по международным перемещениям в глобальном масштабе и заставившую туристов, традиционно предпочитающих зарубежные поездки, переориентироваться на внутренние маршруты. Другим вызовом, затронувшим в значительной степени именно нашу страну, следует считать ужесточение экономических санкций стран Запада в отношении России в связи с началом СВО в 2022 г. В последующие годы число антироссийских санкций продолжало расти, следствием чего стало сокращение возможностей для отечественного выездного туризма и превращение внутреннего туризма в ведущее направление развития данной отрасли. Об этом свидетельствует, в частности, тот факт, что в последние годы в период сезонного пика туристской активности с июня по сентябрь на внутреннее направление приходится более 84 % всех авиабронирований [12]. Таким образом, в условиях усиления геополитической нестабильности одним из важных направлений роста экономической активности для России становится внутренний туризм.

Туризм, в первую очередь внутренний и въездной, традиционно рассматривается как одна из высокодоходных отраслей сферы услуг, его развитие оказывает благоприятное воздействие на многочисленные смежные сферы национальной экономики, а следовательно, стимулирует экономическое развитие и повышение уровня доходов в национальном масштабе. В условиях современных вызовов развитие внутреннего туризма может рассматриваться как фактор повышения уровня и улучшения качества жизни граждан России. Кроме того, активное продвижение отечественных туристских дестинаций может способствовать росту интереса к ним со стороны туристов из дружественных стран.

Таким образом, вследствие указанных обстоятельств, для России приобретает актуальность разработка стратегий развития внутреннего туризма на федеральном и региональном уровнях.

На наш взгляд, в настоящее время в России недостаточно полно используется потенциал такого направления внутреннего туризма, как сельский, или агротуризм, который, как показывает мировой опыт, не только получил широкое признание среди различных категорий туристов, но и стал фактором развития сельских территорий, роста доходов их населения на основе альтернативной занятости, сокращения оттока сельских жителей в города. Недоиспользование возможностей, которые предоставляет сельский туризм для развития национальной и региональной экономики, обусловлено в том числе недостаточной изученностью особенностей спроса на турпродукты разных категорий туристов с учетом их социального статуса, особенностей менталитета, а также поколенческой принадлежности. Учет специфики потребительских предпочтений представителей различных поколений при разработке характеристик предлагаемых туристических услуг позволит диверсифицировать их ассортимент и увеличить турпоток в сельские территории.

Поколенческие аспекты развития туризма в последние годы находят весьма широкое отражение в отечественной и зарубежной научной литературе. Теория поколений, послужившая основой для этих исследований, была разработана в конце XX в. американскими исследователями Н. Хоувом и В. Штраусом [1, 3, 4], в дальнейшем она была адаптирована к специфическим условиям различных стран, в том числе России, получив свое развитие благодаря трудам Е. М. Шамис, Е. Никонова [14, 15], И. А. Немцева [10] и других авторов. Возможности применения теории поколений непосредственно в сфере туризма изучали О. А. Денисова [8], Н. Н. Кормягина, А. П. Карасев [9], Н. В. Рубцова, В. В. Никифорова [11] уделяя преимущественное внимание молодежному сегменту потребителей туристских услуг. Тем не менее вопросы рассмотрения проблем развития именно сельского туризма с позиций поколенче-

ского подхода в настоящее время в российской экономической литературе практически не исследованы.

Таким образом, наличие неиспользуемых резервов развития сельского туризма, определенные ограничения, препятствующие развитию выездного туризма, а также рассмотрение сельского туризма как перспективного направления ведения бизнеса актуализируют необходимость поиска путей увеличения турпотока в сельские территории, в том числе определения степени дифференциации подхода к разработке и продвижению турпродукта при рассмотрении клиентов, относящихся к разным поколенческим группам.

Материалы и методы

Целью исследования является разработка предложений по развитию сельского туризма как перспективного направления внутреннего туризма с учетом особенностей ценностного восприятия данной услуги представителями различных поколений. Использование данных рекомендаций будет способствовать развитию сельского туризма в России за счет применения как дифференцированного по поколениям подхода к созданию соответствующих туристских дестинаций, так и выявления межпоколенческих интересов, которые могут считаться универсальными для людей разных возрастов, что позволит создавать востребованные турпродукты для семейного отдыха в сельской местности.

В качестве объекта проведенного исследования выступает сельский туризм, рассматриваемый как одно из перспективных направлений развития внутреннего туризма в России. Предметом исследования послужили возможности использования результатов исследований в области теории поколений в целях привлечения внимания к сельскому туризму представителей разных поколений.

Теоретико-методологической основой проведенного исследования послужили положения экономической теории, региональной и институциональной

экономики, теории поколений, результаты фундаментальных и прикладных исследований, изложенные в работах российских и зарубежных авторов по проблемам устойчивого развития сельских территорий, сельского туризма.

Использование поколенческого подхода обусловлено необходимостью дифференциации стратегий продвижения сельского туризма с учетом специфики предпочтений различных категорий туристов, обусловленных в том числе их ценностным восприятием, различающимся для представителей разных возрастных групп. В качестве инструмента, позволяющего исследовать совокупность факторов влияния на развитие сельского туризма в России, был применен SWOT-анализ.

Результаты исследования

Внутренний туризм – одна из устойчиво растущих отраслей российской экономики: рынок туристического и гостиничного бизнеса в России вырос на 38 % за последние 5 лет. В 2023 г. коллективными средствами размещения воспользовались более 80 млн человек. Это на 16 млн человек больше, чем годом ранее. Начиная со времен пандемии основным географическим рынком отдыха и туризма для россиян стали отечественные курорты, лидерами среди которых являются традиционные направления пляжного и рекреационного сегмента: Сочи, Анапа, Кавказские Минеральные Воды и Крым [7]. Но потенциал отечественного внутреннего туризма далеко не исчерпан, поскольку, как уже отмечалось ранее, следует более активно использовать возможности сельского туризма, развитие которого может иметь мультипликационный эффект для экономики сельских территорий.

В последние годы наблюдается возрастание интереса к агротуризму: спрос на агротуризм в первом полугодии 2024 г. у россиян вырос на 40 % [13]. Количество путешествий, в которых туристы могут попробовать себя в сельском хозяйстве, выросло более чем на 20 %. В

2025 г., по прогнозам «Россельхозбанка», турпоток в сельскую местность вырастет на 60 %. Таким образом, фермы, усадьбы и винодельни в 2025 г. могут посетить около 5 млн человек [5].

Еще одним фактором, повышающим интерес к туристическим поездкам в сельские территории, является то, что в последние годы люди осознанно тянутся к экологически безопасной продукции, а также проявляют интерес к натуральным производствам.

Рост заинтересованности россиян в отдыхе в сельской местности повышает привлекательность сельского туризма как вида бизнеса. По прогнозам экспертов «Россельхозбанка», в ближайшие три года дополнительный доход фермеров от туристических услуг вырастет до 250 млрд

рублей и составит 5 % доходов фермерских хозяйств [6].

Сельский туризм, наряду с другими видами туризма, признан приоритетным направлением государственной политики на ближайшее время. Развитие этого направления отечественного туризма до 2030 г. закреплено в Федеральном законе от 02.07.2021 № 318-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и ст. 7 Федерального закона «О развитии сельского хозяйства»». Поддержка со стороны государства является фактором, способствующим привлекательности открытия направлений агротуризма сельскохозяйственными и другими предприятиями. SWOT-анализ такого вида бизнеса представлен в таблице 1.

Таблица 1 – SWOT-анализ сельского туризма в России
Table 1 – SWOT-analysis of rural tourism in Russia

Сильные стороны Высокий аграрный и природно-рекреационный потенциал страны Наличие у ряда сельских территорий объектов исторического и культурного наследия Наличие у населения сельских территорий опыта работы в сельском хозяйстве Сложившаяся положительная репутация сельского туризма как формы отдыха Многоотраслевая направленность крестьянских и ЛПХ Возможность приобретения и потребления натуральных продуктов	Слабые стороны Отсутствие у сельских жителей опыта работы в сфере туризма, формировании турпродукта Низкий уровень развития туристской инфраструктуры на селе Слабая система продвижения турпродуктов агротуризма Отсутствие дифференциации стратегий продвижения турпродуктов агротуризма по поколениям Отсутствие узнаваемых брендов сельских территорий Отсутствие специальных программ поддержки для сельских жителей, желающих начать предпринимательскую деятельность в сфере агротуризма
Возможности Рост интереса к сельскому образу жизни, стремление горожан уехать от городского ритма Развитие локального туризма Создание дополнительных рабочих мест, диверсификация сельского труда Поддержка со стороны государства Развитие малых форм предпринимательства, расширение сфер предпринимательской деятельности на селе Развитие социальной инфраструктуры села В перспективе – повышение интереса к сельскому отдыху в России у иностранных туристов	Угрозы Нехватка квалифицированных кадров Снижение доходов населения Конкуренция со стороны традиционных для России видов внутреннего туризма Отсутствие интереса к сельскому отдыху со стороны молодежи Снижение интереса к сельскому туризму у людей среднего и старшего возраста из-за низкого уровня туристского сервиса на селе

Представленный анализ позволяет сделать вывод о том, что несмотря на очевидные преимущества и значитель-

ные возможности, которые открывает в региональном и отраслевом разрезе развитие сельского туризма, имеет место

весьма существенный перечень слабостей и угроз, минимизация которых предполагает совершенствование политики в области продвижения услуг агротуризма.

В условиях достаточно развитой конкуренции в сфере туризма степень успешности продвижения того или иного турпродукта при прочих равных условиях будет определяться в том числе и тем, насколько полно при его разработке учтены специфические предпочтения, ценности различных поколений, представители которых рассматриваются в качестве потенциальных клиентов.

Ценности, специфичные для каждого поколения, определяющие для него значимость тех или иных событий, явлений и процессов окружающей действительности с точки зрения их соответствия или несоответствия общественным и личностным ориентирам, формируют экономическую модель поведения человека, в том числе его представления о качественном отдыхе. При этом они формируются у человека в раннем возрасте и на протяжении жизни остаются относительно постоянными, подвергаясь лишь незначительным изменениям. Это позволяет сделать вывод о том, что один и тот же турпродукт может быть представлен по-разному для представителей разных возрастных групп при смещении акцентов для туристов конкретной поколенческой категории на то, что может быть привлекательным именно для них с

учетом их представлений о хорошем и качественном отдыхе, модели поведения, стиле общения и т. д. Подобная адаптация особенно важна в цифровую эпоху, когда социальные сети и онлайн-платформы служат мощными инструментами для вовлечения и привлечения внимания к бренду [11].

В соответствии с теорией поколений Хоува-Штрауса, уже достаточно широко известной в России и адаптированной к ее специфике, выделяется ряд поколений, которые в настоящее время можно рассматривать как наиболее экономически активные. К ним относятся беби-бумеры, поколение X, поколение Y, или миллениалы, поколение Z, которое сейчас чаще называют зумерами. Что же касается поколения альфа, то хотя многие его представители в настоящее время, еще не достигнув трудоспособного возраста, уже активно зарабатывают в социальных сетях и блогосфере, оно еще не рассматривается как экономически активное. Тем не менее пожелания детей часто учитываются родителями при выборе вариантов отдыха, поэтому, на наш взгляд, специфика предпочтений представителей данного поколения также заслуживает внимания.

В таблице 2 представлены предложения авторов по сегментации рынка услуг сельского туризма в России, исходя из особенностей ценностного восприятия и предпочтений в отдыхе представителей различных поколений.

Таблица 2 – Сегментация рынка услуг сельского туризма в России с позиции поколенческого подхода

Table 2 – Segmentation of the rural tourism services market in Russia from the perspective of a generational approach

Поколения	Ценности и специфические особенности	Предпочтения в отдыхе	Акцент при продвижении для сельского туризма	Каналы продвижения
Беби-бумеры (1944-1963 г. р.)	Патриотизм, коллективизм, ностальгия по временам СССР, культ молодости, активный образ жизни, ориентация на семейные ценности	Традиционный отдых, семейный отдых, спортивный отдых, активный отдых, возможность поддержания здоровья	Советские традиции, возвращение «в деревню к бабушке» времен детства, сохранение наследия прошлого, семейный отдых в сельской	Телевидение, радио, печатные СМИ

Поколения	Ценности и специфические особенности	Предпочтения в отдыхе	Акцент при продвижении для сельского туризма	Каналы продвижения
			местности, возможность оздоровительных процедур, народные рецепты, традиционные фестивали, лояльные цены	
Поколение X (1964-1984 г. р.)	Индивидуализм, экзпертность, самостоятельность в принятии решений, стиль жизни «время-деньги», эмоциональное и профессиональное выгорание	Смена обстановки, событийность, познавательность отдыха, удобство, гибкость, приключенческие аспекты. Отдых может быть как индивидуальным, так и групповым	Аутентичность и культурное наследие, знакомство с ремеслами, мастер-классы, народная кухня, ландшафтотерапия, тишина, отдых от повседневной суеты, возможность быть «недоступным» на время отдыха, инклюзивность	Сочетание офлайн- и онлайн-каналов
Поколение Y (1985-1999 г. р.)	Жизнь в моменте («здесь и сейчас»), получение удовольствия от жизни, отсутствие дальних горизонтов планирования, положительные эмоции, интересные работа и отдых, креативность, самовыражение, в том числе в соцсетях, общительность, уверенность в себе, гедонизм	Отдых как перезагрузка, впечатления, эмоциональное удовольствие, свобода. Содержание тура важнее комфорта. Туризм по интересам, событийный туризм, активный отдых, культурные программы. Организация отдыха самостоятельно через интернет. Даже при приобретении путевок через агентства решение принимают сами	Развлекательные программы, мастер-классы, контактный зоопарк, рыбалка, иные мероприятия на открытом воздухе; возможность проведения тематических мероприятий (свадьбы, фестивали, корпоративы), гастротуризм, знакомство с ремеслами, конкурсы с возможностью создания пользовательского контента для соцсетей	Маркетинговые цифровые платформы, социальные сети
Зумеры (2000-2009 г. р.)	Саморазвитие, самопознание, цифровая грамотность, самосовершенствование, стремление к переменам, структурирование картины мира, стремление к принадлежности, экологическая ответственность, здоровый образ жизни, умная трата денег, социальная справедливость, стремление к созданию собственного контента	Сочетание предсказуемости и стабильности с интересом к новизне и инновациям, возможностям узнать новое о мире и о себе, экотуризм, познавательный туризм, активный отдых с созданием интернет-контента	Возможность проживания в палатках, модульных домиках или гостинице на природе, рядом с прудом и животными, экологический отдых, ориентация на органическое земледелие и свежие фермерские продукты и уникальные товары от местных производителей, возможности для активного отдыха (прогулки, веломаршруты), участие в агротуристских квестах	Соцсети, сайты о путешествиях, блогосфера, инфлюенсеры

Поколения	Ценности и специфические особенности	Предпочтения в отдыхе	Акцент при продвижении для сельского туризма	Каналы продвижения
Альфа (2010-2024 г. р.)	Социальные связи, коллективная идентичность, врожденная цифровая грамотность, интерактивные формы развлечений, перманентное состояние онлайн, стремление к созданию собственного контента, желание не только показать себя миру, но и создавать что-то новое	Инновационные индивидуальные или групповые туры с интерактивными развлечениями, возможность обучаться и саморазвиваться в путешествиях, иметь постоянный доступ к сети Интернет из любого места пребывания	Возможность самим составить программу путешествия и развлечений (экскурсий, конкурсов, иных активностей), конкурсы с возможностью создания пользовательского контента для сети Интернет	Блогеры, инфлюенсеры

Как видно из данных таблицы 2, ценности каждого конкретного поколения во многом определяют предпочтения в отдыхе его представителей, а следовательно, требуют дифференцированного подхода при разработке и продвижении туров. При этом следует подчеркнуть, что границы поколений следует понимать как весьма условные, поскольку они определяются не сменой дат, а событиями, которые происходят в тот или иной промежуток времени и оказывают влияние на ценностные ориентиры людей. Поэтому целесообразно говорить о стыковых эхо-поколениях, вобравших в себя черты обеих граничащих друг с другом поколенческих групп.

Понимание и учет специфики ценностного восприятия представителей разных поколений позволит туроператорам разрабатывать интересные как для конкретных поколений, так и для всех возрастов инклюзивные предложения в сфере сельского туризма, сочетающие неповторимый колорит сельского быта с современными технологиями и возможностями их использования, в том числе для формирования виртуального контен-

та самими туристами [2]. Обеспечение баланса между традициями и современностью будет способствовать поступательному развитию дестинаций сельского туризма при одновременном сохранении их уникальности и самобытности.

Кроме того, на наш взгляд, туроператорам, ориентированным на сельский туризм, при создании соответствующих туристских предложений целесообразно ориентироваться на так называемые межпоколенческие интересы, что позволит привлечь внимание представителей разных поколений к одному и тому же объекту, что подходит для семейного отдыха.

Баланс традиций и инноваций для объектов сельского туризма, в частности, может быть соблюден благодаря использованию направлений, представленных на рисунке 1. Такое сочетание традиций и инноваций в программах сельских туров будет привлекательным для представителей разных поколений – от бумеров до зумеров и альфа, оно позволит каждому из них найти для себя интересную составляющую в соответствии с актуальными для них ценностями.



Рисунок 1 – Сочетание традиционного и инновационного подхода при разработке предложения сельского туризма для представителей разных поколений [8, 9, 11]

Figure 1 – A combination of traditional and innovative approaches in developing rural tourism offerings for different generations [8, 9, 11]

Обсуждение и заключение

Одним из ключевых понятий теории поколений является ценность, под которой Н. Хоув и В. Штраус понимают значимость предметов, явлений и событий реального мира с точки зрения их соответствия или несоответствия потребностям человека, социальных групп и общества в целом [3, 4]. В соответствии с этим можно утверждать, что качественный отдых как возможность моральной и физической перезагрузки, располагающей к наслаждению, погружению в состояние покоя, получению новых впечатлений является ценностью для разных поколений людей. Такую возможность дает сельский туризм как альтернатива повседневному образу жизни и привычному отдыху (рекреационный, пляжный туризм), к которому со временем утрачивается интерес.

Тем не менее представления о содержании отдыха, в том числе в сельской

местности, для представителей различных поколений не совпадают, что обуславливает необходимость разработки «аватара», или социологического портрета для туристов конкретных поколений, учитывая политические, экономические, социальные и культурные особенности эпохи периода их первичной социализации [11].

Сравнение полученных авторами результатов с результатами других исследований позволяет сделать вывод о том, что в сельском туризме следует использовать как межпоколенческий аспект, выделяя те виды и формы сельского отдыха, которые будут привлекать представителей разных экономически активных поколений, так и работать по каждому конкретному сегменту с учетом характерных для каждого поколения ценностей.

В перспективе следует уделять особое внимание развитию молодежного сегмента сельского туризма с учетом расширения числа экономически актив-

ных зумеров и скорого появления на рынке туристских услуг представителей поколения альфа как самостоятельных потребителей. Учитывая то, что оба этих поколения относятся к «цифровым аборигенам», которые никогда не жили в доцифровую эпоху и будут испытывать трудности и дискомфорт в условиях отсутствия или недостаточной доступности современных технологий, необходимо развивать соответствующую инфраструктуру сельской местности, интегрируя в цифровую среду различные аспекты сельской жизни. При этом представляется, что как для туристов, принадлежащих к поколениям молодежного сегмента, так и для более старших поколений X и Y будут представлять интерес возможности и технологии удаленной работы (при необходимости срочно быть на связи или длительном отдыхе в течение нескольких недель и более), интеграция виртуальной и дополненной реальности при реконструкции исторических аспектов, традиций и обычаев, старинных, возможно, уже утраченных народных промыслов, искусственного интеллекта, а также технологий электронной коммерции.

Практическая значимость исследования обусловлена необходимостью поиска путей активизации деятельности в сфере сельского туризма в целях диверсификации бизнеса в сельских территориях. Одним из инструментов, призванных повысить эффективность предпринимательства в данной сфере, может стать учет основных положений теории поколений при разработке туристического продукта.

Список литературы

1. *Albats, Y., Neil Howe, N.* They grew up in a cynical environment. The new times [Электронный ресурс]. – URL: <http://newtimes.ru/articles/detail/33302> (дата обращения: 31.03.2025).
2. Digitalization of Agro-Industrial Complex as a Basis for Building Organiza-

tional-Economic Mechanism of Sustainable Development: Foreign Experience and Perspectives in Russia / V. Boev, O. Ermolenko, R. Bogdanova, et al. // *Digital Economy: Complexity and Variety vs. Rationality*, Vladimir, 17-19 April, 2019. – Vladimir : Springer Nature, 2020. – P. 960-968.

3. *Howe, N., Strauss, W.* Generations: The History of America's Future, 1991.

4. *Howe, N., Strauss, W.* The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny. – Broadway Books, 1997. – 400 p.

5. Агротуризм расцветает пышным цветом [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6876340> (дата обращения: 31.03.2025).

6. В 2024 г. возможностей для агротуризма стало больше [Электронный ресурс]. – URL: <https://svoefermerstvo.ru/svoemedia/articles/sel-skij-turizm-2024-bolshe-turistov-i-gospodderzhki?ysclid=m44allfk2723559716> (дата обращения: 31.03.2025).

7. *Васильева, И. В., Самсонова, М. В.* Агротуризм как инструмент развития сельских территорий // Экономика, финансы и управление: актуальные проблемы и перспективы развития : материалы национальной межвузовской научно-практической конференции студентов, аспирантов, молодых ученых и работников, Балашиха, 20 ноября 2024 г. – Балашиха, 2024. – С. 77-81.

8. *Денисова, О. А.* Туризм сквозь призму поколений: от Беби-Бумеров до Зумеров // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2024. – № 11-2. – С. 187-191;

9. *Кормягина, Н. Н., Карасев, А. П.* Исследование проблем внутреннего туризма на примере поколения Y // Региональный маркетинг : сборник научных статей международного конгресса по маркетингу / под общ. ред. Н. Н. Кормягиной, М. В. Макаровой. – Ярославль, 2013. – С. 121-129.

10. *Немцев, И. А.* Теория поколений как ключ к пониманию коммуникационного процесса в обществе // Между-

народный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2018. – № 12-1.

11. Рубцова, Н. В., Никифорова, В. В. Туристы поколения Z как сегмент внутреннего туристского рынка // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2021. – Т. 10, № 4 (37). – С. 233-236.

12. Рысаева, М. А. Российский туризм в условиях западных санкций и ограничений: реалии, тренды, перспективы // Гостиничное дело. – 2022. – № 9. – С. 558-570.

13. Сельский час: спрос на агротуризм у россиян вырос на 40 % [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.forbes.ru/biznes/518115-sel-skij-cas-pik-spros-na-agroturizm-u-rossian-vyros-na-40> (дата обращения: 31.03.2025).

14. Шамис, Е., Никонов, Е. Теория поколений. Необыкновенный Икс. – М., 2016. – 138 с.

15. Шамис, Е. М. В каких условиях растет поколение Милениум и Z и что станет их ценностями [Электронный ресурс]. – URL: <http://rugenerations.su/2009/05/21> (дата обращения: 31.03.2025).

List of references

1. Albats, Y., Neil Howe, N. They grew up in a cynical environment. The new times [Electronic resource]. – URL: <http://newtimes.ru/articles/detail/33302> (date of access: 31.03.2025).

2. Digitalization of Agro-Industrial Complex as a Basis for Building Organizational-Economic Mechanism of Sustainable Development: Foreign Experience and Perspectives in Russia / V. Boev, O. Ermolenko, R. Bogdanova, et al. // Digital Economy: Complexity and Variety vs. Rationality, Vladimir, April 17-19, 2019. – Vladimir : Springer Nature, 2020. – P. 960-968.

3. Howe, N., Strauss, W. Generations: The History of America's Future, 1991.

4. Howe, N., Strauss, W. The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny. – Broadway Books, 1997. – 400 p.

5. Agrotourism is flourishing [Electronic resource]. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6876340> (date of access: 31.03.2025).

6. In 2024, there are more opportunities for agrotourism [Electronic resource]. – URL: <https://svoefermerstvo.ru/svoemedia/articles/sel-skij-turizm-2024-bol-she-turistov-i-gospodderzhki?ysclid=m44allf1k2723559716> (date of access: 31.03.2025).

7. Vasilyeva, I., Samsonova, M. Agrotourism as a tool for rural development // Economics, finance and management: current problems and development prospects : Proceedings of the national Interuniversity scientific and practical conference of students, postgraduates, young scientists and workers, Balashikha, November 20, 2024. – Balashikha, 2024. – P. 77-81.

8. Denisova, O. Tourism through the prism of generations: from Baby Boomers to Zoomers // Bulletin of Altai Academy of Economics and Law. – 2024. – № 11-2. – P. 187-191.

9. Kormyagina, N., Karasev, A. A study of the problems of domestic tourism on the example of generation Y // Regional marketing : collection of scientific articles of International Congress on Marketing / general ed. by N. Kormyagina, M. Makarova. – Yaroslavl, 2013. – P. 121-129.

10. Nemtsev, I. Theory of generations as a key to understanding the communication process in society // International Journal of Humanities and Natural Sciences. – 2018. – P. 12-1.

11. Rubtsova, N., Nikiforova, V. Generation Z tourists as a segment of domestic tourist market // Azimuth of scientific research: economics and management. – 2021. – Vol. 10, № 4 (37). – P. 233-236.

12. Rysaeva, M. Russian tourism in the context of Western sanctions and restrictions: realities, trends, prospects // Hotel industry. – 2022. – № 9. – P. 558-570.

13. Rural hour: the demand for agrotourism among Russians has increased by 40 % [Electronic resource]. – URL: <https://www.forbes.ru/biznes/518115-sel-skij-cas-pik-spros-na-agroturizm-u-rossian-vyros-na-40> (date of access: 31.03.2025).

14. *Shamis, E., Nikonov, E.* Theory of generations. The Extraordinary X. – М., 2016. – 138 p.

15. *Shamis, E.* In what conditions are the Millenium and Z generation growing up

and what will become their values? [Electronic resource]. – URL: <http://rugenerations.su/2009/05/21/Which-ones-conditions-the-mill-generation-is-growing> (date of access: 31.03.2025).

Об авторах:

Миронова Ольга Александровна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики региона, отраслей и предприятий Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия, lady.sensey2010@yandex.ru

Киянова Лилия Дмитриевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры управления и экономики таможенного дела Российской таможенной академии (Ростовский филиал), Ростов-на-Дону, Россия, liliackgti@mail.ru

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

About the Authors:

Olga Mironova, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Regional Economics, Industries and Enterprises of Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russia, lady.sensey2010@yandex.ru

Lilia Kiyanova, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Economics of Customs Affairs of Russian Customs Academy (Rostov branch), Rostov-on-Don, Russia, liliackgti@mail.ru

Conflict of Interest: The authors declare no conflicts of interest.