

УДК 338.24

Сельский туризм как фактор повышения конкурентоспособности рекреационной сферы России

¹ Нина Николаевна Анисимова

² Надежда Саркисовна Демерчян

³ Светлана Викторовна Зотова

⁴ Дмитрий Александрович Кантемиров

¹ Сочинский государственный университет, Россия
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Пластунская 94
кандидат экономических наук, доцент
E-mail: 2001nina@mail.ru

² Сочинский государственный университет, Россия
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Пластунская 94
кандидат экономических наук, доцент
E-mail: nadia_d@mail.ru

³ Сочинский государственный университет, Россия
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Пластунская 94
преподаватель
E-mail: zcv200068@mail.ru

⁴ Сочинский государственный университет, Россия
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Пластунская 94
кандидат экономических наук, старший преподаватель
E-mail: u378852@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматривается сельский туризм как фактор повышения конкурентоспособности рекреационной сферы России. Отмечается то, что мировое сообщество вступило в постиндустриальный период развития. Каждая страна избирает собственную стратегию вхождения в постиндустриальное общество, цивилизованно войти в это общество невозможно без повышения национальной конкурентоспособности на основе структурной перестройки экономики с учетом складывающихся тенденций на мировом рынке. Одна из таких тенденций – развитие сельского туризма.

Ключевые слова: сельский туризм; постиндустриальное общество; туристский регион; конкурентоспособность рекреационной сферы; туристические организации.

Введение. Сегодня замечено, что привычка проводить отпуск и отдых на море сменяется предпочтением посещать нетронутые и самобытные в культурном или природном плане уголки природы. Это связано с тем, что, с одной стороны, возрастают техногенные нагрузки на нервную систему человека, а с другой – во время таких путешествий туристы получают намного больше эмоциональных и познавательных впечатлений, чем от традиционного набора туристско-рекреационных услуг, предлагаемых в развитых центрах туризма. Не менее важно то, что мировое сообщество вступило в постиндустриальный период развития. Постиндустриальное общество – новый этап развития, в который сейчас вступает человечество. Американский футуролог Элвин Тоффлер назвал этот этап третьей волной в формировании современной экономики еще тридцать лет назад [1]. При этом, по мнению Даниеля Белла, двигателем перехода к постиндустриальному обществу является третья технологическая революция, главное достижение которой – электроника – обеспечивает вхождение в информационную эру. Таким образом, постиндустриальное общество – это новый принцип социально-технологической организации и новый образ жизни, вытесняющий индустриальную систему. Это общество, основанное на услугах. Каждая страна избирает собственную стратегию вхождения в постиндустриальное общество. Ясно одно, цивилизованно войти в это общество невозможно без повышения национальной конкурентоспособности на основе структурной перестройки экономики с учетом складывающихся тенденций на мировом рынке [2]. Одна из таких тенденций – развитие сельского туризма. Сельский туризм, так он тогда назывался, в Европе появился в начале 70-

х годов прошлого столетия. В те времена остро встала проблема экологии во многих крупных городах и у людей возникла потребность в общении с природой, в чистом воздухе, природной тишине и натуральных продуктах питания. Сегодня данный вид туризма развивается весьма быстрыми темпами и в некоторых странах оттягивает на себя часть иностранного туристского потока. В качестве хороших примеров можно привести такие страны, как Италия, Франция и Ирландия. Италия является лидером в Европе по сельскому туризму, так, прибыль в это стране в 1999 году превысила \$350 млн. при существующих 10 тыс. хозяйств, предоставляющих такие услуги. Первоначально итальянское правительство предполагало, что размещение туристов будет непрофильной деятельностью фермеров, позволяющей несколько укрепить их финансово-экономическое положение без необходимости больших инвестиций. Однако сегодня спрос на дынный туристский продукт изменил саму концепцию сельского туризма, который превращается для многих сельских жителей не в побочный, а основной вид деятельности. Однако не только появление спроса на данный вид услуг дало толчок для развития сельского туризма в Европе. Сегодня на примере Италии Европейский Союз видит в сельском туризме спасательный круг для сельского хозяйства стран Восточной Европы [3]. Сельскохозяйственное производство на сегодняшний день в развитых странах становится все более и более наукоемким, что вызывает резкое сокращение рабочих мест и ведет к повышению безработицы в сельской местности. К тому же постоянно возрастает опасность возникновения кризиса перепроизводства сельскохозяйственной продукции. Все это требует вовлечение людей в сопутствующие индустрии, такие, как туризм, производство сувенирной продукции и т.д. В развивающихся странах ситуация несколько иная: упадок сельского хозяйства, высокая безработица в сельской местности и отсутствие должного финансирования для поднятия отрасли вынуждает правительства искать решение проблем как у иностранных государств, так и внутри страны. Опыт Восточной Германии, после воссоединения, показал, что простые вливания денежных средств извне не дают ощутимого эффекта без мобилизации внутренних ресурсов населения, так как в этом случае предприниматель рискует не собственными средствами. В свою очередь, когда внешние вливания являются лишь поддерживающим, а основным источником являются собственные средства начинающего любой бизнес (собственные денежные средства или занятые у родственников или знакомых), то в результате получается более устойчивое и мобильное предприятие [4].

Обсуждение. Развитие сельского туризма является частью внутренних источников инвестиций для развития сельскохозяйственного производства и поддержания жизни в сельской местности, так как доход, получаемый от предоставления услуг туристам, является дополнительным источником к основному виду деятельности, а впоследствии может стать и основным. Сказанное выше в полной мере относится и к российской действительности. Природные условия России уникальны и неповторимы, далеко опережают соседние туристско-ориентированные страны, и с экологией во многих районах у нас лучше, и сохранились прекрасные памятники древней архитектуры и этнографии, так что можно ожидать, что именно здесь и будут развернуты оазисы сельского туризма. В России уже отмечен опыт организации агротуристских предприятий по моделям типа “пансион”, “тур с проживанием в кочевом традиционном жилище”, “национальная деревня”, “VIP-деревня”, “сельская гостиница” и др. Спрос на туристские ресурсы (но не турпродукт) российской провинции имеется, об этом говорит поток неорганизованных туристов в ряде популярных мест средней полосы. Мы недаром обратили внимание на тот факт, что пока мы имеем только агротуристские ресурсы, но практически не имеем реального турпродукта как рыночного товара, наделенного соответствующими признаками. При этом нельзя забывать, что сельский туризм, с одной стороны, развивает собственно туристскую отрасль, открывая при этом новые сегменты туристского рынка. С другой стороны, сельский туризм может стать фактором повышения уровня развития российского сельского хозяйства [5]. В этом нас убеждает опыт бывших стран социализма, в первую очередь Восточной Германии. Рассматривая две стороны сельского туризма, мы не должны забывать о том, что они представляют собой системное единство. Само деление носит условный характер, обе названных системных составляющих сельского туризма одинаково важны для его развития. Не менее важны рыночные характеристики сельского туризма, в первую очередь его конкурентоспособность.

Рынок туруслуг не сформирован, конкуренция на первых этапах его становления достаточно высока. Но мы достаточно оптимистично смотрим в будущее сельского туризма. Дело в том, что анализ сложившейся практики сельского туризма показал, что перечень услуг в этой сфере может быть буквально бесконечным. Это выгодно отличает сельский туризм от других сегментов рынка туристских услуг. Вместе с тем вопросы методического и научного плана в сфере сельского туризма разработаны слабо. Серьезные научно-методические разработки практически отсутствуют. Интересно определить, насколько известные положения теории конкуренции применимы в сфере сельского туризма. Известно, что типы конкуренции, а значит и конкурентной борьбы, в достаточной степени многообразны. Интенсивность конкуренции определяется как характеристиками рынка, так и характеристиками участников рынка.

В условиях добросовестной конкуренции предпринимательские структуры стремятся к снижению издержек производства, улучшению потребительских свойств товаров, использованию инструментария маркетинга для получения конкурентных преимуществ. Это обстоятельство способствует повышению эффективности как сельского туризма, так и в экономики России в целом.

Для выбора правильной конкурентной стратегии субъекты сельского туризма должны осуществить тщательное исследование рынка и выполнить диагностику состояния конкуренции на рынке туристских услуг.

Нам кажется, что основной функцией сельского туризма является эффективное улучшение психического и физического восстановления человека. Среди экономических функций необходимо выделить создание рынка для реализации специфических ресурсов сельских местностей, что формирует финансовые средства для их деятельности и стимулирования экономического роста сельских территорий, с одной стороны, и развитие нового сегмента рынка туристских услуг, с другой. Необходимо сформулировать преимущества сельского туризма, а именно:

- создание новых рабочих мест для сельского населения;
- развитие производства экологически чистых продуктов питания;
- увеличение финансовых потоков на селе, в том числе и иностранной валюты;
- приток инвестиций как в инфраструктуру и сервис на селе, так и в охрану природы;
- увеличение благосостояния сельского населения;
- создание современной социально-бытовой инфраструктуры на селе, отвечающей требованиям сегодняшнего дня;
- повышение интеллектуального уровня сельских жителей на базе развития специального образования, направленного на приобретения новых сервисных профессий;
- развитие ремесел;
- повышение роли и значимости местного самоуправления;
- формирование планов развития "изнутри" с учетом интересов местных жителей;
- крестьяне из производителей традиционной сельскохозяйственной продукции превращаются в обслуживающий персонал, что предполагает кардинальное изменение психологии людей;
- развитие сельского туризма меняет в лучшую сторону традиционную структуру сельскохозяйственного производства.

В России развитие сельского туризма сдерживается влиянием следующих факторов:

- несовершенство федерального и регионального законодательства;
- разобщенность усилий по развитию внутреннего туризма, отсутствие интереса к внедрению механизмов экономической кооперации и управления;
- плохое состояние российских дорог. Поездки по России связаны с железнодорожным и авиационным транспортом, что резко увеличивает их стоимость и приводит к невостребованности транзитных услуг;
- слабое проявление туристских потоков;
- неудовлетворительное использование муниципальными органами своей управляющей функции, определяющей политику муниципальных образований в сфере туризма, роли регулятора и организатора туристского развития.

Необходимо оценить не только позитивные, но и негативные стороны сельского туризма, которые следуют из международной и российской практики, а именно:

- сезонный характер, вследствие чего персонал может оказаться не у дел часть года;
- возможный отток валюты из хозяйства при значительном использовании импортных материалов и продуктов;
- слабые возможности использования высококвалифицированной рабочей силы;
- возможное разрушение устоявшейся местной культурной среды.

Следует также отметить, что пока не разработана концепция развития сельского туризма, не решены вопросы о правовом статусе сельского туризма (не разработаны соответствующие законы и положения) и финансовом обеспечении процесса (система льготного кредитования, налоговых и др. льгот и т.д.). Соответственно отсутствуют четкие инструкции по организации объектов сельского туризма.

Сельский туризм нуждается в поддержке прежде всего на региональном уровне. Существует насущная необходимость создания системы поддержки развития сельского туризма (СПРАТ). В задачи регионального центра СПРАТ должно входить:

- формирование системы информационного и методического обеспечения региональных подпрограмм развития сельского туризма;
- создание эффективного механизма формирования новых объектов сельского туризма в сфере СПРАТ;
- подготовка кадровой базы предпринимательства сельского туризма;
- разработка механизма отбора и внедрения перспективных инвестиционных проектов для развития сельского туризма.

Определение сельского туризма, довольно расплывчато. Главная его особенность в том, что клиенту предлагают проживание в сельской местности и знакомство с жизнью и бытом фермеров. Сельский туризм был частью протекционистской политики государства в Италии и Франции в 80-е гг., когда в странах ЕС была введена система квотирования, резко сократились объемы сельхозпроизводства и возникла необходимость создать новые рабочие места на селе. Сельский туризм должен был остановить массовый отток населения в город, и, таким образом, с его помощью хотели избежать серьезных социальных конфликтов. Успешный опыт Италии и Франции заинтересовал и Россию. «На сельском туризме сельские жители в России могут хорошо зарабатывать не хуже, чем в Италии и Франции. Только для этого деревенским жителям надо преодолеть страх перед туристами и поверить в то, что таким образом тоже можно заработать», – считает Надежда Кутасина, специалист из Фонда поддержки сельского развития.

Возвращаясь к понятию сельского туризма: это не только проживание туриста в сельском доме, но и функционирование целой инфраструктуры сельского туризма, которая включает хорошие транспортные сообщения между населенными пунктами, места поведения досуга, наличие служб, оказывающих различные услуги по предоставлению информации и обслуживанию, маленькие ресторанчики, кафе и трактиры. При этом каждый гость, а в сельском туризме туриста называют "гостем", должен постоянно ощущать домашний комфорт и повышенное персональное внимание.

Сельский туризм, являясь относительно новым видом отдыха, играет все более важную роль в структуре въездного и внутреннего туризма.

Сельский туризм уже довольно популярен в Европе и становится чем-то вроде последнего крика моды, которой следуют миллионы европейцев с весьма устойчивым достатком. Все большее число людей предпочитает патриархальное спокойствие, первозданность, экологическую чистоту суете и пестроте фешенебельного курорта. Не здесь ли лежит та золотая жила, которая способна обогатить наших бизнесменов, занимающихся туризмом, и действительно поднять российское село?

Во всяком случае Австрия, Словакия, Германия, Чехия, Польша интенсивно наращивают свои мощности по приему агротуристов. Достаточно сказать, что в одной Австрии до 10% крестьянских усадеб предоставляют услуги по размещению и обслуживанию туристов. В таблице 1.1 представлены данные по развитию сельского туризма в некоторых странах.

Таблица 1.1

Страны	Количество объектов сельского туризма	Доход в год на 1 объект	Количество туристов в год	Прогноз посещаемости к 2014 году
Чехия*	90	9000 евро	30 000	100 000
Италия	10 000	21 000 евро	350 000	600 000
Белоруссия	150	4230 евро	7500	62 000
Россия	110	Нет данных	Нет данных	Нет данных

Как видно из таблицы, доходы от сельского туризма могут быть довольно значительными и достигать 21000 евро на один объект сельского туризма, а количество туристов измеряться сотнями тысяч человек.

Результат. Страны СНГ стараются не отставать от этого процесса. Так, на карте Беларуси за прошлый год появилось 48 точек сельского туризма. Почти все усадьбы расположены в живописных уголках: на берегу озер и рек, а также в зонах парково-замковых комплексов. В СПК "Первомайский и К" для развития эко-сельского туризма имеются благоприятные условия: центральная усадьба расположена недалеко от Минска, земли – вдоль международной трассы Москва – Минск – Брест – Берлин. На территории хозяйства имеются леса, поля и озера, исторические места, налажено производство экологически чистых мясных и молочных продуктов, овощей и фруктов, меда. Сейчас, когда люди поворачиваются к натуральным ценностям, нам в России тоже есть что показать. В Карелии возникла даже ассоциация владельцев сельских домов "Усадьба", развивающая сельский туризм. У наших соседей в КБР открыта одна такая ферма, где за деревенским обликом скрывается весь набор удобств, а служба в национальных костюмах потчует гостей местными блюдами. Краснодарский край для развития сельского туризма решил использовать казачий колорит. Там даже прошел семинар по проблемам развития сельского туризма на Юге России, в котором приняли участие специалисты из Италии, где этот вид бизнеса хорошо поставлен. Краснодарский край заинтересовал итальянских бизнесменов и колоритом кубанской казачьей культуры, и сохранившимися традиционными формами земледелия. Поэтому базой для проведения семинара стало Кубанское казачье войско (ККВ).

Гости из Италии – специалисты в области сельского хозяйства, виноделия, маркетинга, менеджмента и туризма – поделились с кубанцами опытом создания агротуристских комплексов, технологиями эффективного бизнес планирования, рекламы. Интерес европейцев к этому виду отдыха очень высок, и крупнейшие европейские туроператоры готовы приехать в Краснодарский край, чтобы посмотреть все своими глазами и включить Кубань в список своих маршрутов. Край обладает ресурсами, необходимыми для развития сельского туризма. Многонациональному Ставрополью тоже есть что показать туристам. И не только местные обычаи. Доктор биологических наук, академик РАЕН Любовь Ермолова, например, разработала инновационную технологию переработки продукции овцеводства, на базе которой можно создать современный комплекс. Мясо и шерсть – это не все, что можно получить от овцы. Экологически чистые биологически активные комплексы антиоксидантного действия, иммунокорректоры на основе переработки многообразного, не используемого на должном уровне сырья – плаценты, спермы, убойных отходов животных и прочего, по словам Ермоловой, пользуются огромным спросом в Европе. Комплекс по их производству приносил бы прибыль, и его не стыдно было бы показать туристам, если при строительстве учесть и перспективы сельского туризма. Многие овцеводческие хозяйства не против того, чтобы образцово-показательная ферма начала

работать на их территории. Вопрос в отсутствии средств. Наши ближайшие соседи также развивают сельский туризм, так, например, Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2006–2014 гг. впервые предусматривает конкретные направления развития сельского туризма. Это создание туристических деревень с традиционной народной архитектурой на основе существующих сельских поселений; строительство агротуристических комплексов на базе сельскохозяйственных производственных кооперативов; организация эколого-образовательных и эколого-просветительных туров для разных возрастных и социальных групп населения и др. Согласно исследованию аналитической фирмы Mag Consulting, в Чехии услуги в области сельского туризма с помощью турагентств предоставляют порядка 90 ферм. Такой способ отдыха ежегодно в Чехии выбирает до 30 тысяч человек, из них около 8 тысяч приезжает из-за границы. Согласно прогнозам фирмы, интерес к сельскому туризму в Чехии автоматически повысится после вступления страны в Европейский Союз. Ожидается, что к 2010 году в Чехии ежегодно будет отдыхать на фермах от 80 до 100000 туристов, причем большинство из них составляли бы иностранные гости. Российские сельчане могут зарабатывать на сельском туризме не хуже, чем фермеры Италии и Франции, – до 9 тыс. евро в год. Однако представители компаний туроператоров сетуют на крестьянский консерватизм: деревенские жители с недоверием воспринимают туристов и соглашаются принимать их у себя, только если видят, что этим успешно занимаются соседи. Туристов не пугает, что почти все дома без удобств: им нравится сельская экзотика. Наибольшей популярностью пользуются сеновал, катание на лошадях, дегустация самогона, рыбалка, работа на сенокосе или скотном дворе. «Вы можете поработать на грядках, на сенокосе, используя наш инвентарь. Предлагаем уход за козами и овцами на мини-ферме. В вашем питании будут использованы только экологически чистые продукты. Спать можно на сеновале», – так калининградские гостевые дома, работающие по программе сельского туризма, привлекают туристов из Германии, Польши и стран Балтии. Популярность сельского туризма на Западе растет, и уставший от пляжного отдыха и многолюдных отелей клиент с удовольствием выбирает недорогой тур в провинцию, где может почувствовать себя простым жителем деревни, оказавшимся вдали от суеты и цивилизации. Но сельский туризм быстро превратился в хороший бизнес – малозатратный и конкурентоспособный. Успешный западный опыт заинтересовал и Россию. «В России огромные ресурсы для сельского туризма, но они не востребованы. В Италии, например, оборот прибыли от этого сектора – \$400 млн. в год. Чтобы у нас бизнес активно развивался, поддержки на уровне муниципалитетов в регионах недостаточно», – добавляет Наталья Лащенко, эксперт и координатор по поддержке и развитию сельского туризма ассоциации «Муниципальное экономическое развитие». Цели, которые ставил перед собой Комитет по туризму администрации Калининградской области, работая с сельскими гостевыми домами, – это обеспечить работой деревенских жителей, остановить отток молодежи в город. В среднем фермер в летний сезон может заработать до 9 тыс. евро из расчета 10 евро в день, молодежь этим удалось заинтересовать.

Турсезон увеличился: теперь дома могут принимать туристов круглый год. Город Лодейное Поле находится на пересечении самой оживленной линии речного пароходства с железной дорогой и автотрассой, а в районе всего одна гостиница на 50 мест. Несколько домов, расположенных по берегам озер и рек, сразу привлекли туристов. Хозяин гостевого дома получает около 16 тыс. руб. в год. Туристы гостят там круглый год, одни уезжают, другие приезжают. Чтобы отремонтировать деревенский дом для приема, его хозяева брали беззалоговый кредит на текущие нужды (не больше 5 тыс. руб.), и все деньги быстро вернули. Однако самая большая проблема, с которой столкнулись операторы, заключалась не в деньгах и не в ремонте домов, а в людях. Жители российской глубинки оказались недоверчивыми и боязливыми: их было сложно уговорить принять у себя туристов.

Городских туристов привлекает в сельскую местность работа в саду, на сенокосе, скотном дворе. Обычно эти услуги им предоставляют бесплатно. В Интернете появляются предложения фермеров, самостоятельно рекламирующих свои услуги. Но без участия турфирмы организовать свое дело очень сложно. Уже не одно предприятие интересуется у посредников возможностью отправить своих сотрудников на отдых в деревню. Больше всего привлекают сеновал, катание на тракторе, дегустация самогона и т.д. Лучшего варианта для рыбалки, чем поездка в деревню, не найти. Туристов в сельскую местность привлекает не только работа на сенокосе, скотном дворе (обычно такие услуги гостевые дома

предоставляют бесплатно) или рыбалка, но и занятия верховой ездой или живописью (за это клиент платит отдельно). Рядом с усадьбой «Дача художника» (Калининградская обл.) есть частная художественная галерея, и в число услуг гостевого дома входят уроки живописи, курсы по обработке янтаря (5 у.е. за 2 часа в день). Кухня – это еще один способ завлечь туристов в село. Гости приезжают не только отдохнуть, но и отведать сыр из печи. Обычно сутки проживания в доме с удобствами во дворе горожанам стоят \$10, из которых турагентству полагается 10% комиссионных. А осмотр красот местной природы гостям ничего не стоит.

Сколько «звезд» у деревенской гостиницы, для визитеров не главное. Например, на западе пользуются спросом дома с удобствами на улице и без электричества, но вокруг должны быть красивая природа и чистый воздух. Словом, когда экология на высшем уровне, требования комфорта отходят на второй план. Восторг вызывают русские бани, которые могут топиться «по-черному или по-белому». В Калининградской области, ориентирующейся на западные стандарты, используют вместо звезд пиктограммы аистов, чтобы сориентировать туриста. «Один аист» означает близость к природе, но без удобств. Туристу предложат переночевать на сеновале, в палатке или летнем домике без удобств, для приготовления пищи – кострище, гриль, мангал, печку или оборудованную летнюю кухню. Например, проживание в палатках у калининградского фермера Молоткова – это «один аист», турист может наслаждаться природой за чисто символическую плату, в которую включается доставка питьевой воды, мяса, молока, овощей и т.д. «Четыре аиста» – благоустроенные апартаменты с телевизором, аудио- и видеоаппаратурой, такой гостевой дом готов принимать туристов круглый год.

Подмосковное ЗАО «Рассвет» строит VIP-деревню на берегу Можайского водохранилища на Бородинском поле (инвестор – фирма «Лоджик-Риэлти»). Расчетный срок окупаемости – три года. Деревня будет выстроена на землях, где проходила Бородинская битва, так что отдыхающие смогут посетить места боевой славы. На территории VIP-деревни предполагается построить молочную ферму, где туристы смогут купить парное молоко и увидеть живых коров. Правда, отдыхающие в таких местах больше интересуются охотой, рыбалкой и шашлыками. Знакомство с буднями сельских жителей для постояльцев VIP-деревень обычно ограничивается катанием на тракторе, который за отдельную плату предоставляют близлежащие хозяйства (цена обычно устанавливается по договоренности).

Заключение. Анализ сложившейся практики сельского туризма показал, что перечень услуг в этой сфере может быть буквально бесконечным. Это выгодно отличает сельский туризм от других сегментов рынка туристских услуг.

Доходы от сельского туризма могут быть довольно значительными и достигать 21000 евро на один объект сельского туризма, а количество туристов измеряться сотнями тысяч человек. Таким образом, мы можем констатировать то, что наличие развитой инфраструктуры рекреационно-туристского комплекса, с одной стороны, и нарабатанная практика использования малого бизнеса, с другой, позволяет выдвинуть гипотезу о том, что одно из важнейших направлений преодоления фактора сезонности – это развитие альтернативных сфер туризма, и в частности сельского туризма. Именно сельский туризм позволит значительно повысить конкурентоспособность рекреационно-туристского комплекса России.

Примечания:

1. Тоффлер Э. Шок будущего. М.: АСТ, 2008. 60 с.
2. Боков М.А. Проблемы и пути повышения конкурентоспособности аграрного туризма / Вестник СГУТиКД. 2007. № 1–2. С. 25–30.
3. Боков М.А., Ветитнев А.М., Угрюмов Е.С. Конкурентоспособность санаторно-курортных организаций. Сочи: РИО СГУТиКД, 1999. 176 с.
4. Боков М.А., Матющенко Н.С., Романова Г.М., Шаповалов В.И. Теория и практика современного менеджмента / Под ред. В.И. Шаповалова. Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2011. 264 с.
5. Боков М.А., Геворгян А.С., Демерчян Н.С. Стратегия развития г. Сочи как курорта мирового уровня или туристской дестинации // Вестник СГУТиКД. 2011. Выпуск 1(15).

UDC 338.24

Rural Tourism as a Factor of Russia's Recreational Sphere Competitive Growth

¹ Nina Anisimova

² Nadejda Demerchyan

³ Svetlana Zotova

⁴ Dmitry Cantemirov

¹ Sochi State University, Russia
354000, Krasnodar region, Sochi, UL. Plastunskaya 94
PhD, Associate Professor
E-mail: lionmb@yandex.ru

² Sochi State University, Russia
354000, Krasnodar region, Sochi, UL. Plastunskaya 94
PhD, Associate Professor
E-mail: nadia_d@mail.ru

³ Sochi State University, Russia
354000, Krasnodar region, Sochi, UL. Plastunskaya 94
teacher
E-mail: zcv200068@mail.ru

⁴ Sochi State University, Russia
354000, Krasnodar region, Sochi, UL. Plastunskaya 94
PhD, Lecturer
E-mail: u378852@yandex.ru

Abstract. The article considers rural tourism as a factor of Russia's recreational sphere competitive growth. It states that the global community has entered on the post-industrial stage of development. Every country chooses its own strategy of entrance to the post-industrial society. The entrance to this community is impossible without the national competitive growth, based on the structural adjustment of economy, considering the world market trends.

Keywords: rural tourism; post-industrial society; tourist region; recreational sphere competitiveness; travel companies.