

Разработка инновационной стратегии развития предприятия на примере экологического туризма

Барсов Андрей Константинович, магистрант факультета Управления, Московский университет им. С.Ю. Витте, город Москва.

Разовский Юрий Викторович, д-р экон. наук, профессор кафедры менеджмента и маркетинга, Московский университет им. С.Ю. Витте, город Москва.

Аннотация. В статье рассматриваются особенности экологического туризма в России. В качестве примера рассмотрены три предприятия, существующих в сфере экотуризма в России.

Ключевые слова: инновация, экологический туризм, стратегия, инновации

Development of the innovative development strategy of the enterprise on the example of ecological tourism

Barsov Andrey Konstantinovich, undergraduate of faculty of Management, Moscow university of S.Y. Witte, city of Moscow.

Razovsky Yury Viktorovich, Dr. of economic sciences, professor of department of management and marketing, Moscow university of S.Y. Witte, city of Moscow.

Abstract. In article is considered features of ecological tourism in Russia. As an example three enterprises existing in the sphere of ecotourism in Russia are considered.

Key words: innovation, ecological tourism, strategy, innovations

Прежде, чем обратиться к опыту предприятий экологического туризма, рассмотрим понятие «экологический туризм».

Экологический туризм иногда называют экотуризмом или зелёным туризмом, является формой туризма, сфокусированной на посещении

относительно свободных от антропогенных воздействий природных территорий [1].

Сам термин «экотуризм» впервые возник в первой половине 80-х годов XX в, после использования его экологом Э. Себальосом-Ласкурайном, и обозначал гармонию рекреации и экологии. Одним из вариантов этого определения является экологический туризм как активная форма рекреации, основанная на рациональном использовании природных благ. Данный вид туризма предполагает отказ от культа комфорта, массовых коммуникаций, доступности и потребления все более многочисленных туристических услуг, при условии погружения в другую систему ценностей, включающую созерцание природы, духовное обогащение от общения с ней, сопричастность к охране природного наследия и поддержке традиционной культуры местных сообществ.

В настоящее время в экологическом туризме выделяют подвид – агротуризм. Данный вид туризма определяется как сектор туристской отрасли, использующий природные, культурно-исторические, социальные и иные ресурсы сельской местности для создания комплексного туристского продукта. В широком смысле агротуризм включает в себя все виды рекреационной деятельности в сельской местности.

В России данный вид туризма стал приобретать популярность к середине 90-х гг. XX в., эксперты связывают это с особенностями экономической ситуации в сельском хозяйстве и стал рассматриваться в качестве важного сегмента модернизации сельскохозяйственной экономики, выступая перспективной инновацией сельского бизнеса.

В целях обеспечения устойчивого развития агротуризма в Российской Федерации сформирована нормативно-правовая база, включающая, в частности, основные положения Федеральных законов РФ «О развитии сельского хозяйства» (2006), «О личном крестьянском (фермерском) хозяйстве» (2003), «О личном подсобном хозяйстве» (2003) и «О сельскохозяйственной кооперации» (1995), которые устанавливают правила использования аграрных, природных,

социокультурных, культурно-исторических, промысловых и иных ресурсов сельской местности в создании комплексного туристского продукта [2].

Безусловно, для развития экологического туризма и в особенности агротуризма, необходимо наличие заинтересованности как со стороны государства, так и со стороны бизнеса и местных жителей [3]. Помимо этого, агротуризм должен обладать какими-либо особенными чертами для привлечения достаточного числа туристов, что может быть обеспечено посредством инновационных стратегий его развития.

Далее перейдем к анализу опыта некоторых предприятий, существующих в сфере агротуризма в России.

1. «Богдарня» Джона Кописки.

Говоря о «Богдарне», нельзя назвать её эко туризмом в классическом смысле слова, поскольку всё-таки происходит развитие инфраструктуры, в процессе которого для туристов создаются комфортные условия. Но при этом, учитывая специфику данного туристического комплекса и особенно его историю, в современных условиях можно говорить об экологической чистоте отдыха в «Богдарне».

Данный туристический комплекс сочетает в себе как традиционные, так и современные виды развлечений: наряду с конными прогулками туристы могут покататься на квадроциклах, погуляв в течение дня на свежем воздухе и насладившись природой, вечером послушать концерт зарубежных исполнителей. Еще одной отличительной чертой является сочетание русских и английских традиций: наряду с посещением бани туристы могут поучаствовать в мастер-классе приготовления классического стейка и др.

Интересной представляется стратегия развития туристического комплекса, поскольку изначально на территории поселка располагалось фермерское хозяйство, обладающее проблемами с инфраструктурой и, соответственно, с возможностью реализовать продукцию. Населенный пункт не обладал большой численностью населения, и рынки сбыта требовалось искать извне. Сегодня

Богдарня наряду с туристическими развлечениями реализует туристам свою продукцию: молоко, кефир, мясо (к примеру, в процессе мастер-класса по приготовлению стейка), сыра и других продуктов. По сути, владельцы комплекса создали потребность приехать за 100 км от Москвы и потратить деньги, оплачивая различные развлечения и приобретая экологически чистую продукцию. Безусловно, большую роль в привлечении туристов играет сочетание культур двух стран: России и Англии, кроме того, преимуществом является и экологическая направленность, и возможность погружения в сельскую среду, что в совокупности выступает инновационным решением проблем фермерства.

2. «Село Медное» - сырная ферма (Тверская область).

В с. Медное расположено агротуристическое предприятие Итальянская сырная ферма La Fattoria "Little Italy", основанная в 1999 году. Туристам предлагается приобщиться к традиционным методам приготовления итальянского сыра, поучаствовав в мастер-классах. Кроме того, ферма располагает комфортным ночлегом, предлагает туристам конные прогулки. Рецепты приготовления сыра позиционируются как семейные рецепты семьи Мацца, переходящие из поколения в поколение. Проводятся экскурсии по ферме, причем отдельно отмечается (в качестве преимущества) удаленность от городов и, соответственно, чистая экология. Продукцию фермы можно также приобрести в ресторане La Grotta, расположенном в г.Тверь [4].

Философия агротуристического предприятия гласит о размеренности жизни вдали от больших городов, которая позволяет сохранить традиции семьи. Именно это они предлагают туристам – окунуться в размеренный темп жизни, расслабиться и узнать о традициях сыроварения фермы. Продукция фермы позиционируется как созданная из натуральных продуктов здоровая пища. Кроме того, в 2016 году открыто новое направление – натуральная косметика из природных ингредиентов, изготовленная вручную и в ограниченных партиях. Для посещений также доступен дегустационный зал на 350 чел., который также используется для проведения мероприятий.

Как видим, данное агротуристическое предприятие обладает широким перечнем продовольственной и непродовольственной продукции, предлагает широкий спектр услуг, как туристических, так и развлекательных.

Особой, отличительной чертой данного предприятия является его позиционирование как «Маленькой Италии» в России. Владелец фирмы – итальянец Пьетро и русская Жанна Мацца несут свою философию посетителям, их дочь Джессика также занимается семейным бизнесом. Инновационная стратегия заключается в создании агротуристического предприятия, которое за счет позиционирования на рынке как «частички» Италии позволяет привлечь туристов и позволяет реализовать широкий спектр дифференцированной продукции и услуг. При этом каждый фактор превращается в достоинство: расположение и удаленность от других населенных пунктов, тишина, отсутствие «городских» развлечений и пр.

3. Отель-ресторан «Частный визит».

На базе русско-французского отеля-ресторана «Частный визит», основана эко-деревня «Знатная сторонка». В настоящее время туристический комплекс включает два отреставрированных старинных дома 1870 г. постройки, парк «В саду ли, в огороде», образцово-показательные мини-фермы, в задачу которых входит распространение опыта по выращиванию и содержанию птиц и кроликов на своих дачно-загородных участках. Вниманию туристов также представлены зарыбленные пруды, погреб с домашней консервацией, конюшня – фаэтон, прогулки, ресторан-веранда с интерьером русского Севера. По всей территории созданы уникальные зоны для фотосессий. В числе особых предложений – «Театр из чемодана», чаепитие из огромного самовара и фотосессия с медведем. «Частный визит» предлагает гостям современные номера во французском стиле, в эко-деревне можно снять номер с деревенским интерьером, с большой печью [5].

Следует отметить, что данным туристическим комплексом предлагается широкий спектр развлекательных услуг, начиная от фокусов для детей и всевозможных экскурсий и заканчивая «грибалкой» - походом по грибы.

Интересным с точки зрения инноваций представляется сочетание французской и русской культур, обширный перечень развлечений, старинные постройки.

Обобщая опыт представленных агротуристических предприятий, следует отметить их общую черту – сочетание русских и зарубежных традиций и культур, что выступает неоспоримым преимуществом и позволяет найти своего потребителя.

Требуется сказать, что экологический туризм, как составной компонент природного туризма, на данный момент считается одним из наиболее динамично развивающихся направлений в мировой индустрии туризма, на долю которого будет приходиться по различным оценкам 7-8% мирового оборота капитала в области туристского бизнеса.

Также на сферу экологического туризма приходится примерно 6% мирового валового национального продукта, 7% мировых инвестиций, любое 10-е рабочее место, 11% мировых потребительских расходов, 5% всех поступлений налогов. К 2020 году количество международных туристских поездок повышается до 1,6 миллиардов, то практически в 3 раза, а прибыль составляет примерно 2 триллиона долларов в год.

Таким образом, инвестиционная и инновационная активность в области туризма выявляются множеством явных и неявных факторов, наиболее важные из которых – экономические, такие как рентабельность вложений, потенциальная емкость рынка и иное. Трудность и комплексность процесса формирования среды для инвестиционной и инновационной активности требует четкого представления о содержании различных проблем.

Создание инвестиционной и инновационной активности в области туризма реально рассматривать на уровне макро- и микроэкономики. Макроэкономический подход – одна из функционала государственного регулирования туризма. На микроэкономическом уровне инвестиционная и инновационная активность в области туризма выявляется нормой дохода на капитал.

Инновационная система туризма включает совокупность организаций частного и государственного сектора, которые, взаимодействуя, обеспечивают постоянную инновационную и инвестиционную работу. Создание подобной системы предполагает формирование положительной экономической и правовой среды.

Современный туризм создается на основании различных аспектов обслуживания туриста в дестинации. Большинство внешних факторов, включая экономические, политические, технологические, социальные, культурные, экономические и иные, выявляют уровень развития туризма в регионе. Важным комплексным показателем, который характеризует разные внешние и внутренние условия процедуры предоставления туристского товара в туристском и рекреационном комплексе, считается базовая инфраструктура территории.

Эти три примера объединяет то, что в нынешних условиях России все еще имеются значимые проблемы, которые связываются с созданием нужных институциональных, законодательных и правовых условий реализации инновационной работы, механизма стимулирования, защиты интеллектуальной собственности, сертификации инновационной продукции, формирования определенного инвестиционного механизма, страхования рисков и подготовки инновационной инфраструктуры. В сфере туризма задачи диверсификации туристского продукта обязаны решаться с помощью инвестиционной поддержки инновационных проектов, включая формирование условий для развития внутреннего и въездного туризма на особенно охраняемых природных территориях и культурных объектах, в том числе в национальных парках, музеях, заповедниках.

Выстраивать стратегию, когда человек не является иностранцем, наиболее результативно будет применять программно-целевой подход, который помогает объединять усилия федеральных и региональных государственных органов власти, муниципального самоуправления.

В стратегическом плане туризм для социального и экономического развития имеет большой потенциал для экономики и бизнеса, а также считается важнейшим инструментом политики в сфере социализации.

Также можно принимать стратегию государственно-частного партнерства. Сущность государственно-частного партнерства, как прямой экономической формы гос. поддержки предпринимательской деятельности состоит в участии государств в финансовом обеспечении конкретной социально-значимой работы субъектов предпринимательства, а также в предоставлении во владение и пользование объектов недвижимости, которая находится в гос. собственности.

Главным условием развития туризма считается состояние демографической обстановки в государстве, уровень жизни жителей, условия воспроизводства или восполнения структурного и численного состава населения. В Российской Федерации данные вопросы обретают особенную остроту, так как прибыль большей доли населения оказываются ниже прожиточного минимума. Доля населения, которое располагает среднедушевыми месячными доходами, которые соответствуют среднему уровню, достигает лишь 27,8% в 2018 году.

Инновационная стратегия организаций экологического туризма считается одним из экономических рычагов его развития и роста конкурентоспособности. Инновационная стратегия в области туризма направляется на формирование нового или смену существующего туристического продукта, на улучшение транспортных, гостиничных и иных услуг, освоение новых рынков, внедрение передовых телекоммуникационных технологий и нынешних форм организационной, управленческой деятельности.

При создании поддерживающей системы инновационной и инвестиционной активности в туристической области требуется учесть, что ведущие образовательные учреждения РФ, которые готовят специалистов в области туризма, становятся не только образовательными, но и салтинговыми организациями. Действуя в тесной связке с динамично развивающимся бизнесом, они хотят предоставлять ученикам опережающие знания, прогнозируя развитие ситуации. С иной стороны, они принимают участие в консультировании самих бизнесменов, при разработке инновационных бизнес-моделей.

Список используемых источников:

1. Лукичев А. Б. Сущность устойчивого и экологического туризма // Российский Журнал Экотуризма. — 2013. — № 1. — С. 3-6.
2. Панюков А.И., Панюкова Ю.Г. Развитие агротуризма: отечественные традиции и инновации // Теория и практика общественного развития. 2013. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-agroturizma-otechestvennyye-traditsii-i-innovatsii> (дата обращения: 17.11.2018).
3. Бунаков О.А. Развитие экотуризма: заинтересованные стороны // Инновационная наука. 2015. №9. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-ekoturizma-zainteresovannyye-storony> (дата обращения: 17.11.2018).
4. Сайт земледельческого хозяйства П. Мацца. URL: <http://italferma.ru/> (дата обращения: 17.11.2018).
5. Сайт русско-французского отеля-ресторана «Частный визит». URL: <http://www.pless.ru/> (дата обращения: 17.11.2018).