

УДК 338.48

БИЗНЕС ИДЕИ В ДИВЕРСИФИКАЦИИ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

М. Хыски

Академия физической культуры имени Ежого Кукучки, г. Катовице, Польша

С. Станайтис

Литовский педагогический университет. Вильнюс, Литва

В.К. Крутиков

Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского
Институт управления, бизнеса и технологий (г. Калуга)

В статье исследуется опыт разработки и реализации бизнес идей в отрасли индустрии туризма и развлечений. На практических примерах продемонстрирована эффективность воплощения в реальной хозяйственной деятельности проектов предпринимателей, ориентированных на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов территорий, и их специфики для создания комплексного, диверсифицированного туристского продукта.

Ключевые слова: индустрия туризма; бизнес идеи; предпринимательские инициативы; инновационные проекты; опыт Франции;

Современное динамичное развитие индустрии туризма и развлечений, выступающей в качестве крупнейшего сектора мировой экономики, настоятельно требует диверсификации, то есть активного расширения предлагаемых услуг.

Только деятельность, направленная на формирование новых сегментов рынка, максимально полное удовлетворение все возрастающего потребительского спроса, может обеспечить повышение темпов конкурентоспособности на требуемом уровне.

Динамика развития индустрии демонстрирует, за последние тридцать лет, рост числа туристов в четыре раза. Доходы от туризма увеличились в двадцать пять раз. По прогнозу Всемирной туристической организации («Tourism: 2020 Vision»), среднегодовые темпы роста мирового туризма составят 4 % к 2020 г., а число международных туристских поездок увеличится до 1,6 миллиарда [1].

Рассматривая процессы диверсификации, уместно процитировать успешного американского предпринимателя, ставшего иконой современного бизнеса, С. Джобса: «Чаще всего люди не понимают, что им на самом деле нужно, пока сам им этого не покажешь». Джобс постоянно опирался на конструктивные, инновационные идеи, способные, по мере коммерциализации, обеспечить получение стабильной прибыли, укреплять финансовое положение компании, нейтрализовать риски [5].

Таким образом, важнейшей целью для представителей индустрии туризм, выступает поиск и реализация, наиболее эффективных бизнес идей.

В это связи, показательны оценки, которые дал современному уровню предпринимательских идей и инициатив, заместитель председателя Правительства РФ А.В. Дворкович.

Заместитель председателя, обладающий, значительным опытом предпринимательской деятельности в крупных компаниях, критически высказался о российских предпринимательских инициативах. По его мнению, инновационные проекты слабо проработаны. Сформулированные бизнес идеи не способны обеспечить хорошую доходность, и терпимый уровень риска. Он уверен, что сегодня следует: «Поддерживать не отрасли, а скорее предпринимательские инициативы» [3].

Эту мысль поддержал и Президент России В.В. Путин, который считает, что стартапы

являются на сегодняшний день носителями прорывных инноваций, они способны стать партнерами крупного бизнеса, и это партнерство необходимо расширять, создавая на базе ведущих вузов инновационные центры [4].

Следует помнить, что предпринимательская идея – отражение в сознании предпринимателя потребностей общества и путей их удовлетворения, или, опираясь на цитату С. Джобса, предугадывание появления новых потребностей и удовлетворение их [5].

Сформулировав идею, оценив ее эффективность, предприниматель определяет перспективы завоевания новых сегментов рынка, уточняет длительность реализации проекта, соотношение таких категорий, как, спрос, доступность, цена, ресурсы.

В реальной предпринимательской действительности важнейшей задачей, которую постоянно решают все предприниматели, является распределение ограниченных ресурсов для удовлетворения неограниченных потребностей, при этом инновации – это результат реализации новых идей и знаний, которые практически используются для удовлетворения запросов потребителей.

Остановимся на показательных примерах реализации инновационных идей в индустрии туризма и развлечений.

Для туристов, не имеющих возможности посетить всю Францию, Д. Ольман разработал и реализовал бизнес идею «Франция в миниатюре» («France miniature»).

В парке представлены французские историко-культурные достопримечательности, выполненные в масштабе 1: 30, но позволяющие получить полное представление об архитектурных шедеврах, представляющих все территории республики.

Кроме достижений в градостроительной деятельности, выполнены в миниатюрных размерах, около двухсот сюжетов из истории страны.

«Прогуляйтесь по Франции шагами Гулливера», – так сформулирована основополагающая идея парка развлечений.

Макеты объектов выполнены с исключительной детализацией, что придает им достоверность и привлекательность. Размещение объектов осуществлено, в соответствии с географическими, историческими, культурными особенностями Франции.

Произведенные в парк развлечений вложения полностью оправдались. Более того, продолжается развитие «Франции в миниатюре». Привлекательность для туристов возрастает за счет диверсификации пакета услуг.

Кроме расширения ассортимента сувенирной продукции, которая убедительно демонстрирует высокий уровень гончарного, текстильного, кожевенного, стеклодувного, и иных промыслов, в парке появилась возможность организации отдыха на природе [2].

Реализацией креативной идеи возведения старинного замка по средневековой технологии выступает объект «Геделон» («Château Guédelon»). В 1997 году начато строительство замка, которое в настоящее время приобрело характер комплексного, многофункционального освоения пустующей территории

Инновационный проект представлен Treigny в Йонне (Yonne). Бизнес идея предусматривала использование материалов и технологий, которые применяли архитекторы, и строители в начале XIV века при создании укрепленных сооружений. Но процесс возведения замка содержит не только коммерческий и социально-культурный смысл.

Притягательность проекта заключается в возможности реально погрузиться в атмосферу средневековой жизни.

На основании серьезных научных исследований, с привлечением археологов, историков, реставраторов и иных экспертов, реально возрождены средневековые методы обработки камня, изделий из металла, тканей, кожи.

В повседневной деятельности используются инструменты, материалы, механизмы, характерные для той эпохи. В двадцать первый век пришли старинная техника и искусство, технологии производства текстиля, красок на натуральных элементах. Создаются и реализуются продукты и товары, относящиеся к средневековью.

Объект стал притягательным для туристов, так как предоставляет возможность, не

просто строить, а жить в средневековую эпоху.

Выйдя из современного экскурсионного автобуса, турист погружается в средневековье, имеет возможность стать кузнецом, гончаром и ткачом. Может сам управлять конной повозкой, обтесать и уложить камень в крепостную стену, изготовить нож.

Вся многообразная деятельность сохраняет дух средневековья, который поддерживается присутствием гидов, которые и одеждой и поведением напоминают представителей XII века.

Поток туристов, ежедневно посещающих «Геделон», стремятся в старинную французскую харчевню, где все блюда и напитки приготовлены по старинным рецептам, и сопровождаются соответствующей посудой и приборами.

В аналогичном стиле выполнена сувенирная лавка, освещаемая старинным камином, который выступает мощным маркетинговым ходом, обеспечивающим продажу сувениров. В старинном каминном зале невозможно отказать от приобретения сувенира на память.

Изначально проект имел цель трудоустройства лиц, освобождавшихся из мест лишения свободы. Был своеобразным реабилитационным центром для низкоквалифицированной рабочей силы, так как средневековые технологии интересны со стороны, но являются тяжелым физическим трудом. Значительный отток персонала в первые годы существования объекта, не остановил его реализацию, и в дальнейшем подтвердил свою жизнеспособность.

Достаточно высокий уровень доходов и престижность работы персонала, создали своеобразную конкурентную среду, бывшие осужденные превратились в гидов, ответственно относящихся к безопасности посетителей.

Объект представляет интерес для молодежи и студентов всей Европы. Студенты имеют возможность получить доход от работы в старинных мастерских, и побывать в средневековье.

Бизнес идея, реализация которой была связана с серьезными бюджетными инвестициями, стала успешным прибыльным инновационным проектом [2].

Творческая инициатива предпринимателей, действующих в индустрии туризма, ориентирована на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов территорий, и их специфики для создания комплексного, диверсифицированного туристского продукта.

Государственная политика в области туризма должна быть адаптирована к региональным особенностям.

Для успешного развития отрасли очень следует уделять внимание следующим факторам: политике повышения привлекательности, высокому качеству туристических услуг, разнообразию развлечений, безопасности, наличию развитой инфраструктуры, открытому доступу, участию местного населения, работе разнообразных информационных каналов.

Развитие индустрии туризма связано с организацией современного туристского рынка, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах.

Следует обеспечить массовое участие населения в жизни местных сообществ. Их эволюция развивается по направлению к открытым производственным сообществам, к новому типу организации жизни граждан, способному обеспечить каждому проживающему в пределах территории свободу личной инициативы, доступ к современным знаниям, удовлетворение основных человеческих потребностей.

Переход на перспективную траекторию инновационного развития индустрии туризма должен быть направлен на формирование новых видов бизнеса, реализующего потенциально качественные проекты.

Необходимо четко сбалансировать эффективность всех критериев реализуемых инновационных проектов: инвестиционный коммерческий результат; эффективное расходование общественных финансовых ресурсов; социальный результат, проявляющийся в

развитии человеческого потенциала.

Необходимо обеспечить непрерывность ведения научно-исследовательской и инновационной практической работы по коммерциализации управленческих, технологических, инфраструктурных, образовательных новшеств в индустрии туризма.

Список литературы

1. Крутиков В.К., Якунина М.В., Худы-Хыски Д. Совершенствование инструментов государственного стимулирования развития региона. Калуга. Издательство «ИП Якунина А.В.». 2017
2. Крутиков В.К., Гворыс В., Дорожкина Т.В., Зайцев Ю.В. Инновации в развитии индустрии туризма региона. Калуга. ЗАО «Прайт-К». 2013.
3. Московский финансовый форум как лаборатория моделирования и финансовой мысли: успешный старт. Материалы//Финансы №10. 2016 г. С.3-17.
4. Путин: курс на поддержку стартапов в высокотехнологичных отраслях экономики Электронный ресурс. [Режим доступа]: <http://izdanie.info/putin-kurs-na-podderzhku-startapov-v-vysokotekhnologichnykh-otraslyakh-ekonomiki/>
5. Официальная страница русского перевода книги «Стив Джобс». Электронный ресурс. [Режим доступа]: <http://stevejobsthebio.com>.

Сведения об авторах:

Крутиков В.К. – доктор экономических наук, профессор, профессор Калужского государственного университета им. К.Э. Циолковского, профессор кафедры экономики Института управления, бизнеса и технологий (г. Калуга), vkkrutikov@mail.ru.

Хыски Марчин – доктор наук, профессор, Академия физической культуры имени Ежого Кукучки г. Катовице, Польша, dorota-chudy@wp.pl.

Станайтис Саулюс - доктор наук, профессор, Литовский педагогический университет. Вильнюс, Литва, dorota-chudy@wp.pl.

UDC 338.48

BUSINESS IDEAS IN THE DIVERSIFICATION OF THE TOURISM INDUSTRY

M. Hiski

Academy of physical culture named after Jerzy Kukuczka Katowice, Poland

S. Stanaitis

The Lithuanian pedagogical University. Vilnius, Lithuania

V.K. Krutikov

Kaluga state University. K. E. Tsiolkovsky
Institute of Management, Business and Technology (Kaluga)

This article examines the experience of development and implementation of business ideas in the field of tourism and entertainment. Practical examples demonstrate the effectiveness of implementation in the real economic activity of entrepreneurs' projects, focused on the use of natural, cultural, historical and other resources of the territories and their information to create a comprehensive, diversified tourism product.

Keywords: tourism industry; business ideas; business initiative; innovative projects; the French experience.

References

1. Krutikov V.K., Yakunina M.V., Hudyi-Hyiski D. Sovershenstvovanie instrumentov gosudarstvennogo stimulirovaniya razvitiya regiona. Kaluga. Izdatelstvo «IP Yakunina A.V.». 2017
2. Krutikov V.K., Gvoryis V., Dorozhkina T.V., Zaytsev Yu.V. Innovatsii v razvitii industrii turizma regiona. Kaluga. ZAO «Prayt-K». 2013.
3. Moskovskiy finansovyy forum kak laboratoriya modelirovaniya i finansovoy myisli: uspehnyiy start. Materialyi//Finansyi №10. 2016 g. S.3-17.
4. Putin: kurs na podderzhku startupov v vyisokotekhnologichnykh otraslyakh ekonomiki Elektronnyiy resurs. [Rezhim dostupa]: <http://izdanie.info/putin-kurs-na-podderzhku-startupov-v-vysokotekhnologichnykh-otraslyakh-ekonomiki/>
5. Ofitsialnaya stranitsa russkogo perevoda knigi «Stiv Dzhobs». Elektronnyiy resurs. [Rezhim dostupa]: <http://stevejobsthebio.com>.
- 6.

Author`s information

Krutikov V. K. - Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor, Kaluga state University named. K.E. Tsiolkovsky, Professor Department of Economics, Institute of Management, Business and Technology (Kaluga), vkkrutikov@mail.ru

Hiski Marcin – Doctor of Sciences, Professor, Academy of Physical Culture named after Jerzy Kukuczka Katowice, Poland, dorota-chudy@wp.pl

Stanaitis Saulius - Doctor of Sciences, Professor, Lithuanian pedagogical University. Vilnius, Lithuania, dorota-chudy@wp.pl