

УДК 331.1

**ЧЕРТЫ И ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В
СФЕРЕ АГРАРНОГО ТУРИЗМА****Баунов С.А.¹,***магистрант 2 курса кафедры «Инновационного менеджмента и
предпринимательства»**ОЧУ ВО «Московский университет имени А.С.Грибоедова»,
Москва, Россия*

Аннотация: туристская сфера деятельности экономического развития в последние годы приобретает всё большее и большее значение практически во всех странах мира. Актуальность активизации процессов данной отрасли заложена, прежде всего, в природе мультипликативного эффекта, когда один рубль, вложенный в индустрию отдыха и путешествий, автоматически привлекает ещё семь-восемь рублей из капиталов частного сектора в смежные отрасли экономики. Сегодня для России это становится архиважным на фоне многочисленных санкций со стороны недружественных государств, когда появляется не только возможность, но и необходимость развития именно внутреннего туризма. И, одним из самых важных и наименее разработанных сегментов туризма является именно аграрный туризм, нуждающийся в реализации инвестиционных проектов динамического развития. Автором рассмотрены его теоретические и практические составляющие, слабые и сильные стороны, угрозы и возможности. Путём многофакторного анализа проводится поиск наиболее эффективных алгоритмов реструктуризации имеющегося аграрного бизнеса в современной России.

Ключевые слова: сельский туризм, инвестиционный проект, мультипликативный эффект, фазы жизненного цикла, экономический эффект,

¹ *Научный руководитель - Круглов В.Н., д.э.н., доцент, профессор кафедры «Менеджмента» Института управления. бизнеса и технологий, г. Калуга, Россия*

Kruglov V.N., Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of "Management" of the Institute of Management. Business and Technology, Kaluga, Russia

качество жизни населения, динамика показателей, бизнес-план, отраслевой менеджмент, территориальные особенности.

***FEATURES AND PECULIARITIES OF INVESTMENT ACTIVITY IN THE
FIELD OF AGRICULTURAL TOURISM***

Bazunov S.A.,

*2nd year master's student at the Department of Innovation Management and
Entrepreneurship*

*OCHU VO "Moscow University named after A.S. Griboyedov",
Moscow, Russia*

Abstract: In recent years, the tourism sector of economic development has become increasingly important in almost all countries of the world. The urgency of activating the processes of this industry lies primarily in the nature of the multiplier effect, when one ruble invested in the leisure and travel industry automatically attracts another seven to eight rubles from private sector capital to related sectors of the economy. Today, this is becoming important for Russia against the background of numerous sanctions from unfriendly states, when there is not only an opportunity, but also the need to develop domestic tourism. And, one of the most important and least developed segments of tourism is precisely agricultural tourism, which needs the implementation of dynamic development investment projects. The author examines its theoretical and practical components, weaknesses and strengths, threats and opportunities. The search for the most effective algorithms for restructuring the existing agricultural business in modern Russia is carried out through a multifactorial analysis.

Keywords: rural tourism, investment project, multiplier effect, life cycle phases, economic effect, quality of life of the population, dynamics of indicators, business plan, industry management, territorial features.

Понятие инвестиционного проекта является сложным многозначным термином. На практике инвестиционный проект имеет свой жизненный цикл и развивается по определенным стадиям (фазам). Также инвестиционный проект

имеет определённую структуру, схожую со структурой бизнес-плана, а отдельные виды инвестиционных проектов могут иметь свои особенности структуры.

Инвестиционное проектирование в сфере агротуризма отличается рядом специфических особенностей, обусловленных сочетанием сельскохозяйственной и туристической деятельности.

Агро-туристский проект включает в себя как сельскохозяйственное производство (выращивание продукции, животноводство), так и туристическую инфраструктуру (проживание, питание, развлечения, экскурсии). Кроме того, сельскохозяйственная деятельность имеет ярко выраженную сезонность, что необходимо учитывать при планировании инвестиций и расчете дохода. Имеет значение и экологическая составляющая. Агротуризм предполагает минимальное воздействие на окружающую среду, что требует дополнительных инвестиций в экологически чистые технологии и устойчивое развитие [1].

Особенности финансового планирования: невысокая рентабельность, необходимость привлечения различных источников финансирования, длительный срок окупаемости. Специфика маркетинга и продвижения – это важность уникальных предложений, фокус на экологичность и локальную культуру, использование онлайн-каналов. Необходим также комплексный подход к управлению, важным фактором успеха является наличие квалифицированных кадров с опытом работы в сельском хозяйстве и туризме.

Инвестиционное проектирование в сфере агротуризма – это сложный и многогранный процесс, который требует глубокого анализа и тщательного планирования. Успешная реализация проекта агротуризма зависит от сочетания инновационных технологий, эффективного маркетинга и социально-экономического эффекта [2].

Таким образом, инвестиционное проектирование в сфере агротуризма имеет свои особенности, которые обусловлены тем, что рынок агро-туристских услуг в Российской Федерации только формируется и создана только часть

условий, необходимых для развития данного направления. При этом необходимость инвестирования стоит перед агропредприятиями довольно актуально и злободневно.

Рассмотрим возможности эмпирического приложения данного инструмента к деятельности ООО «Туплэнтс». Функционирование его алгоритма регламентируется Уставом, в котором отражены основные положения деятельности общества с ограниченной ответственностью. Срок деятельности общества не ограничен.

Организационно-правовая форма предприятия – общество с ограниченной ответственностью. Форма собственности – частная. Место нахождения общества: г. Калуга, д. Мстихино, ул. Центральная, д. 11, кв. 2, 248915.

ООО «Туплэнтс» входит в группу компаний 2PLANTS. ГК 2PLANTS осуществляет деятельность в следующих направлениях [4]:

- Ландшафтное проектирование
- Подбор и посадка растений
- Питомники и садовые центры
- Мощение садовых дорожек
- Автоматический полив
- Рулонный и посевной газон
- Профессиональный уход за садом

Основными конкурентами Общества являются организации, оказывающие услуги по ландшафтному дизайну, находящиеся на территории г. Калуги и Калужской области. Основными клиентами ООО «Туплэнтс» являются юридические и физические лица г. Калуги и населенных пунктов Калужской области [5].

Имеет место положительная динамика основных показателей. Так, в 2023 г. выручка увеличилась в 2,2 раза или на 734 тыс. руб., себестоимость выросла, в свою очередь, на 51,4% или на 418 тыс. руб. Темпы роста выручки превысили темпы роста себестоимости, поэтому организация преодолела убыточность и

получила прибыль. Чистая прибыль по итогам 2023 г составила 78 тыс. руб. Такая динамика является положительной и свидетельствует о развитии организации.

Анализируя трудовые ресурсы ООО «Туплэнтс», следует отметить, что численность работников увеличивается. Для комплексной оценки деятельности предприятия необходимо проанализировать основные показатели финансового состояния.

Анализ показал, что организация является финансово устойчивой. Этот показатель является важным как для собственников, так и кредиторов организации. В 2023 г. коэффициент равен 0,4. Это значит, что организация может профинансировать около 40% активов за счет собственного капитала. Коэффициент капитализации показывает, какая величина заемных средств приходится на 1 руб. собственного капитала. Данный показатель вырос на 0,7, но вместе с тем еще не достиг нормативного значения.

Анализ показателей деловой активности предприятия показал, что показатели имеют тенденцию к уменьшению. Так, ресурсоотдача снизилась на 0,3 п. п. На основании коэффициента оборачиваемости оборотных средств можно сделать вывод о том, насколько быстро организация получает доходы с вложенных средств. Его снижение на 0,6 п.п. свидетельствует о замедлении деловой активности.

Показатели рентабельности предприятия выросли за период 2022-2023гг, что является положительной тенденцией. Рентабельность продаж – это процентное отношение прибыли от продажи продукции к ее себестоимости увеличилась на 11,3 п.п. Показатель рентабельности собственного капитала (отношение чистой прибыли к размеру собственного капитала) вырос на 25,1 п. п, что является положительной тенденцией.

Можно сделать вывод о том, что за исследуемый период часть показателей изменилась в лучшую сторону, что положительно характеризует деятельность организации. В настоящее время ООО «Туплэнтс» – это динамично

развивающаяся организация, которая является одной из важных для социальной сферы Калужской области, объемы продаж которой растут [6].

В организации может быть успешно разработан и реализован инвестиционный проект в сфере агротуризма [7, с.463].

Основной задачей анализа модели поведения туристов в рамках внутреннего сельского туризма, лежит изучение мотивации. То есть причины, по которой турист, покупает туристический продукт. Исследование, как меняется туристическое побуждение, и какие происходят действия, после применения стратегии позиционирования, и формирования образа сельского туризма. Формирование мотивации к покупке фермерского тура, и движущий силы процесса покупки всегда является позиционирование. Исследование основано на изучении туристического поведения, с точки зрения психологии, социологии, и маркетинга. Понимание какие выгоды получают потребители, и как удовлетворяют свои потребности, проводя время в сельской местности. Возрастная категория потребителей фермерского туриста являются люди от 35-50 лет. Из них в среднем это 67% женщин, 33% мужчины. Основными потребителями сельского туризма являются семьи с малолетними детьми. Чтобы привлечь данную аудиторию следует проработать маркетинг и ивент-программу. Часть контингента могут быть люди, желающие стать фермерами. Они требуют к себе иного подхода, и посещают фермерские хозяйства, если созданы обучающие программы, и пребывание подразумевает проживание на продолжительный срок.

Спортсмены, озабоченные здоровой пищей, также могут быть целевым сегментом. Если предусмотрены дегустационные программы, и последующая возможность адресной доставки фермерской продукции, в ближайшие города.

Привлекательность фермы самообслуживания в Боровском районе обусловлена следующими основными факторами:

1. Удобное расположение относительно транспортных узлов.
2. Низкая стоимость продукции по сравнению с рынками и магазинами

3. Уникальные природные ресурсы и пейзажи.
4. Возможность включения посещения фермы в туристический маршрут Боровского района (Этномир, Парк птиц и др.)

Целевой сегмент потенциальных потребителей услуг проекта образуют:

- 1) Жители Боровского района;
- 2) Туристы Московской, Калужской, Рязанской, Тверской областей.

Большая часть клиентов фермы – это жители прилегающих территорий. Ферма для них будет представлять продуктовую базу, в которой можно недорого приобрести продукцию. Уровень дохода низкий и средний, возраст от 30 до 65 лет, владельцы автотранспорта.

Туристическая группа – это люди прилегающих областей, проживающие на расстоянии до 400 км. На первом этапе будет функционировать туризм одного дня. Со временем будут добавлены глэмпинги для проживания. Уровень дохода средний и высокий, возраст от 25 до 55 лет, владельцы автотранспорта, семьи с детьми. Запланирована и предварительно согласовано внесение фермы в туристическую зону Боровского района.

По информации с сайта kaluga.tpprf.ru данные объекты посещают свыше 65 тыс. туристов ежегодно. Исследование показало, что ООО "Туплэнтс" обладает некоторой узнаваемостью среди жителей Калужской области. Это может являться важным преимуществом при реализации инвестиционного проекта в сфере агротуризма. Высокий интерес к агротуризму, особенно среди семей с детьми, и значительный потенциал развития этого сегмента в Калужской области делают проект перспективным.

Однако, для успешной реализации проекта необходимо учитывать особенности российского рынка агротуризма и разработать концепцию, которая будет отличаться уникальностью и сосредоточится на экологичности и эффективной онлайн-стратегии продвижения.

Библиографический список

1. Агаларова, Е. Г. Особенности формирования Агро туристического рынка в России / Е. Г. Агаларова, Е. А. Косинова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2012. — № 11 (46). — С. 140-143. — URL: <https://moluch.ru/archive/46/5742/> (дата обращения: 20.06.2024).
2. Алексанов Д.С. Экономическая оценка инвестиций / Д.С. Алексанов, В.М. Кошелев. - М.: Колос-Пресс, 2021.
3. Алексеев А., Кузнецова Н. - Структура инвестиций: насколько она передовая? //Экономист. - 2022. - №3. - с.6 -19.
4. Высоцкая О.А. Особенности организации продвижения услуг сельского туризма в регионе: опыт, проблемы, перспективы (на примере Алтайского края) // Сельское, лесное и водное хозяйство. 2014. № 12 [Электронный ресурс]. URL: <https://agro.snauka.ru/2014/12/1766>
5. Горемыкин В.А. Энциклопедия бизнес-планов: Методика разработки. 75 реальных образцов бизнес-планов. - М.: «Ось-89», 2021.
- 6 Давидович, В. Ю. Развитие деятельности предприятия на основе реализации инвестиционного проекта / В. Ю. Давидович. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2023. — № 26 (473). — С. 71-73. — URL: <https://moluch.ru/archive/473/104519/>
7. Круглов В.Н., Тютин Д.В. Региональный опыт борьбы с бедностью: поиски и находки // Управленческий учёт. – 2021. – №3. – с. 462-471.

Оригинальность 80%