

В. С. БОГОЛЮБОВ, С. А. БЫСТРОВ, С. А. БОГОЛЮБОВА

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИЙ В РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

Допущено

*Учебно-методическим объединением по образованию
в области производственного менеджмента
в качестве учебного пособия для студентов
высших учебных заведений, обучающихся по специальности
«Экономика и управление на предприятии туризма»*



Москва
Издательский центр «Академия»
2009

УДК 338.48(075.8)

ББК 65.433я73

Б74

Рецензенты:

зав. кафедрой гостиничного, ресторанного и курортного бизнеса
Балтийской академии туризма и предпринимательства, д-р экон наук,
профессор *М. А. Горенбургов*;

зав. кафедрой социально-культурного сервиса и туризма
Московского гуманитарного университета, канд. геогр. наук *Ю. С. Путьрик*

Боголюбов В. С.

Б74 Экономическая оценка инвестиций в развитие туризма :
учеб. пособие для студ. высш. проф. учеб. заведений /
В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. — М. : Из-
дательский центр «Академия», 2009. — 272 с.

ISBN 978-5-7695-5743-9

Рассмотрен основной спектр вопросов, касающихся анализа, оценки, планирования и прогнозирования инвестиционной деятельности в туризме. Особое внимание уделено рассмотрению инвестиций непосредственно на предприятиях туризма. Управление инвестиционным процессом представлено как целостный системный метод выбора оптимизационных решений в целях повышения экономической эффективности, прибыльности, финансовой устойчивости. Наиболее сложные аспекты иллюстрированы примерами.

Для студентов, изучающих экономическую оценку инвестиций в туризме. Может быть полезно специалистам, работающим в отрасли туризма, а также инвесторам.

УДК 338.48(075.8)

ББК 65.433я73

Учебное издание

**Боголюбов Валерий Сергеевич, Быстров Сергей Александрович,
Боголюбова Светлана Анатольевна**

Экономическая оценка инвестиций в развитие туризма

Учебное пособие

Редактор *Н. С. Кукушкина*. Технический редактор *О. Н. Крайнова*.

Компьютерная верстка: *О. П. Славова*.

Корректоры *И. И. Феоктистова, Л. В. Гаврилина*

Изд. № 101114044. Подписано в печать 29.12.2008. Формат 60×90/16. Гарнитура «Таймс». Печать офсетная. Бумага офсетная № 1. Усл. печ. л. 17,0. Тираж 2 500 экз. Заказ №

Издательский центр «Академия». www.academia-moscow.ru

Санитарно-эпидемиологическое заключение № 77.99.02.953.Д.004796.07.04 от 20.07.2004. 117342, Москва, ул. Бултерова, 17-Б, к. 360. Тел./факс: (495) 330-1092, 334-8337.

Отпечатано в ОАО «Саратовский полиграфкомбинат». www.sarprk.ru
410004, г. Саратов, ул. Чернышевского, 59.

*Оригинал-макет данного издания является собственностью
Издательского центра «Академия», и его воспроизведение любым способом
без согласия правообладателя запрещается*

© Боголюбов В. С., Быстров С. А., Боголюбова С. А., 2009

© Образовательно-издательский центр «Академия», 2009

ISBN 978-5-7695-5743-9

© Оформление. Издательский центр «Академия», 2009

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	3
Глава 1. Инвестиции в туризме	5
1.1. Понятие инвестиций и процесс инвестирования в развитие туризма	5
1.2. Структурная классификация туристских инвестиций	9
1.3. Объекты и субъекты инвестирования в туризме	11
1.4. Принципы инвестирования в туризме	13
1.5. Виды инвестиционных затрат	15
1.6. Факторы, влияющие на инвестиционную деятельность в сфере туризма	17
1.7. Функции инвестиций	18
Глава 2. Инвестиционное финансирование развития туризма	20
2.1. Движение инвестиционного капитала в рыночном хозяйстве	20
2.2. Источники финансирования инвестиционных проектов	22
2.3. Особенности зарубежных инвестиций	32
2.4. Инвестиционный спрос	33
Глава 3. Особенности инвестиционной политики в туризме	35
3.1. Структуризация инвестиционной политики в туризме	35
3.2. Методы государственной поддержки инвестиционной деятельности в туризме	42
3.3. Формирование инвестиционной политики	50
3.4. Планирование инвестиций в развитие туризма	52
3.5. Особенности бизнес-планирования в туризме	55
Глава 4. Инновационная деятельность в воспроизводственных процессах в туризме	60
4.1. Понятие инноваций и их особенности в туризме	60
4.2. Инновации как системные мероприятия, обеспечивающие эффективное развитие туризма	63
4.3. Венчурный капитал	68
4.4. Инновации и воспроизводственный процесс в туризме	70
Глава 5. Методические основы оценки эффективности инвестиционных проектов в туризме	73
5.1. Особенности процессов наращивания и дисконтирования капитала	73
5.2. Определение ставки дисконтирования как цены капитала	76
5.3. Движение денежных средств на предприятии туризма и гостиничного хозяйства	78
5.4. Виды эффективности использования инвестиций	80
5.5. Показатели и методы оценки эффективности инвестиций	82
5.6. Проблемы оценки эффективности информационных инноваций в туризме	101

5.7. Учет фактора времени при оценке эффективности инвестиционного проекта в туризме	104
5.8. Влияние инфляции на оценку инвестиционных проектов	107
Глава 6. Оценка эффективности развития туризма в регионе	114
6.1. Совершенствование институциональных основ как необходимое условие повышения эффективности принятия управленческих решений	114
6.2. Региональные особенности видов и оценки эффективности развития туризма	120
6.3. Методические подходы к структуризации оценочных показателей развития туризма в социально-экономическом плане развития региона	125
Глава 7. Формирование портфельных инвестиций как источника эффективного использования финансовых ресурсов	133
7.1. Принципы формирования инвестиционного портфеля ценных бумаг	133
7.2. Оценочные индикаторы на рынке ценных бумаг	140
7.3. Концепция β -коэффициента	142
Глава 8. Риски в инвестиционной туристской деятельности	146
8.1. Классификация инвестиционных рисков	146
8.2. Анализ инвестиционных проектов в условиях риска	149
8.3. Оценка рисков инвестиционных проектов	154
8.4. Методы страхования инвестиционных рисков	161
Глава 9. Особенности лизинга в развитии туризма	163
9.1. Роль лизинга в эффективном развитии предприятий туризма	163
9.2. Особенности регулирования международного лизинга	169
9.3. Методы снижения рисков в международном лизинге	180
9.4. Методы расчета лизинговых платежей	190
9.5. Общие положения оценки эффективности лизинга	196
9.6. Расчет денежного потока при привлечении банковского кредита	201
9.7. Расчет денежного потока при схеме международного лизинга	209
9.8. Сравнение денежных потоков по источникам финансирования: кредит и международный лизинг	216
Глава 10. Использование прикладных компьютерных программ для расчета основных характеристик инвестиционного проекта на предприятиях туризма (на примере Project Expert)	219
10.1. Описание программы Project Expert	219
10.2. Пример расчета бизнес-плана по открытию мини-гостиницы	238
Задания для самостоятельной работы	262
Список литературы	270

ПРЕДИСЛОВИЕ

В основе процесса принятия решения инвестиционного характера лежат оценка и сравнение объема предполагаемых инвестиций и будущих денежных поступлений. Три фактора обычно связаны с этим процессом: время, риски и стоимость денег. Поскольку сравниваемые показатели относятся к различным моментам времени, ключевой проблемой является их сопоставимость и оценка.

В настоящее время в России и за рубежом опубликованы книги, которые посвящены методам оценки эффективности инвестиций (А. Г. Грязнова, И. Т. Балабанов, В. В. Ковалев, М. А. Крейнина, Е. С. Стоянова, У. Ф. Шарп и др.). В них излагаются преимущественно общеметодологические вопросы по оценке инвестиций на предприятиях материального производства (субъектах хозяйствования), фондовых биржах и внебиржевом рынке. Внимание исследователей привлекают отдельные аспекты оценки инвестиционной деятельности предприятий туризма (А. И. Балабанов, В. Г. Гуляев), в основном гостиниц, как наиболее капиталоемкой части туристской индустрии. Есть и попытки комплексной оценки инвестиций на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства как части целостной социально-экономической системы (В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Севастьянова). Инвестиции в развитие туризма требуют владения современными методами экономической (и не только экономической) оценки выбираемых решений, учитывающих особенности функционирования и развития сферы туризма как целостного образования.

Поэтому в учебном пособии рассматривается основной спектр вопросов, касающихся анализа, оценки, планирования и прогнозирования инвестиционной деятельности в туризм. Особое внимание уделено рассмотрению инвестиций непосредственно на предприятиях туризма. Управление инвестиционным процессом представлено как целостный системный метод выбора оптимизационных решений в целях повышения экономической эффективности, прибыльности, финансовой устойчивости. Наиболее сложные аспекты иллюстрированы примерами и контрольными вопросами.

Логика подхода к экономической оценке инвестиций в развитие туризма определила структуру учебного пособия.

При написании данного пособия, которое базируется на знании смежных дисциплин: «Финансовый менеджмент: туризм и гостиничное хозяйство», «Экономика туризма», «Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий туризма и гостиничного хозяйства», авторы считали необходимым:

- кратко упомянуть о важнейших, ключевых понятиях смежных дисциплин, которые напрямую используются в конкретных разделах излагаемой в пособии дисциплины; раскрыть сущность инвестиций и их роль как объективного и необходимого фактора развития туристской индустрии;

- раскрыть особенности организации и финансирования инвестиционной деятельности в туризме, а также рассмотреть наиболее распространенные методы финансирования развития предприятий туризма, включая портфельные инвестиции;

- осветить методические подходы к формированию инвестиционной политики на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства с позиций наиболее рационального использования ресурсов и профессионального маркетинга;

- выявить роль инноваций в воспроизводственных процессах на предприятиях туризма как основы и неперемennого условия повышения экономической эффективности инвестиций;

- рассмотреть наиболее известные (широко применяемые на практике) методы оценки эффективности инвестиционных проектов с позиции их адаптации к особенностям инвестиционной деятельности на предприятиях туристской сферы, включая гостиничное хозяйство;

- раскрыть сущность причин, возможности учета и снижения рисков на предприятиях туризма как фактора повышения экономической оценки инвестиций;

- показать возможности использования современных информационных технологий (в частности, программы Project Expert) при расчете важнейших оценочных показателей инвестиционных проектов, бизнес-планов.

Таким образом, мы полагали дать целостное системное представление об экономической оценке инвестиций на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства, углубляясь в рассмотрение факторов и условий формирования и оценки эффективности. Понятным простым языком изложены методологический материал по каждому разделу, примеры и рекомендации для практического применения. Завершают пособие задания для самостоятельной работы, в которых приведены наиболее часто встречающиеся на практике задачи по оценке инвестиций и методы решения этих задач. Логика изложения — от общего, методологического к решению частных, конкретных задач — соответствует логике системного анализа и принятия решений инвестиционным менеджером на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства.

1.1. Понятие инвестиций и процесс инвестирования в развитие туризма

«Инвестиции» — относительно новый для российской экономики термин. Обычно под инвестициями (от лат. *investre* — одевать, облачать) принято понимать вложения финансовых ресурсов «сегодня» с расчетом получить доходы в будущем. Такой подход к пониманию инвестиций является преобладающим как в отечественной, так и зарубежной экономической литературе (его придерживаются И. Т. Балабанов, К. Р. Макконел, С. Л. Брю и др.).

В Федеральном законе от 25 февраля 1999 г. № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» дается следующее определение инвестициям: «Инвестиции — денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта».

Ряд авторов дают более детализированное и уточненное определение данному понятию и считают, что под инвестициями в широком смысле необходимо понимать денежные средства, имущественные и интеллектуальные ценности государства, юридических и физических лиц, направляемые на создание новых предприятий, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих, приобретение недвижимости, акций, облигаций и других ценных бумаг и активов в целях получения прибыли и (или) иного положительного эффекта (В. В. Ковалев, Е. Н. Стоянова, М. Н. Крейнина и др.). В указанном выше законе понятие «капитальные вложения» трактуется следующим образом: «Капитальные вложения — инвестиции в основной капитал (основные средства), в том числе затраты на новое строительство, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий, приобретение машин, оборудования, инструмента, инвентаря, проектно-изыскательские работы и другие затраты». Из этих определений следует, что инвестиции — это более широкое и емкое понятие, чем капитальные вложения.

Применительно к туризму инвестиции означают использование финансовых ресурсов в форме долгосрочных (на срок более одного года) вложений капитала (капиталовложений) в туристскую отрасль как внутри страны, так и за границей в целях получения желаемой величины прибыли от вложенных средств. Иными словами, инвестиции в туризм представляют собой процесс создания с помощью капитала новых туристских объектов, модернизацию или реконструкцию существующих, способных производить и оказывать определенные виды туристских услуг, а также нематериальных активов (изобретения, ноу-хау и т. д.). Таким образом, происходит процесс материализации идей по созданию новых туристских объектов, способных производить и оказывать туристские услуги в большем объеме при улучшении качества обслуживания туристов.

Инвестиции становятся таковыми, если на них имеются спрос и предложение и интересы продавцов, покупателей и других участников инвестиционного процесса совпадают, т. е. имеется баланс интересов. Если эти условия соблюдены, то инвестиции в туризм будут выгодны как участникам туристской отрасли, так и туристам.

В настоящее время наиболее высокая инвестиционная активность в сферу туризма отмечается в тех регионах, где туризм объявлен приоритетным и социально значимым видом предпринимательской деятельности, при этом вес консолидированных бюджетных инвестиций является невысоким. Так, в Москве при общем расчетном объеме инвестиций на реализацию «Комплексной программы развития туризма города Москвы до 2010 г.» в размере 168,2 млрд р. бюджетная составляющая — только 3,4 млрд р., или 2 %. Значительный объем инвестиций на региональном уровне реализуется в других субъектах федерации: в Екатеринбурге (137 млн р.), Ленинградской области (20,43 млн р.), Чувашии (968,3 млн р.) и других регионах. Однако данного финансирования недостаточно даже для самых необходимых расходов, в том числе для продвижения регионального туристского продукта на отечественном и международном рынках туристских услуг. Для сравнения — бюджет продвижения только одной программы (развития въездного туризма) в Японии составляет 2 млрд долл.

Анализ региональных программ развития туризма показывает, что часто всю проблему развития туризма в регионе сводят к необходимости строительства новых гостиниц, что относится к наиболее капиталоемкому элементу туристской инфраструктуры. При этом от федеральных, региональных и местных властей требуют особых льгот, режима наибольшего благоприятствования, примерно такого, который объективно необходим объектам социальной сферы. Такой парадоксальной ситуации, чтобы высокорентабель-

ная отрасль требовала для себя особых льгот и дотаций, нет нигде в мире. Существует и еще одна проблема. Привлечение инвестиций, в том числе и иностранных, в ряде случаев сдерживается не отсутствием финансовых источников, а отсутствием материалов и документов (например, Единого туристского кадастра, Генеральной схемы размещения туристских объектов, стоимостной оценки туристских ресурсов), подтверждающих инвестиционную привлекательность тех или иных туристских объектов.

Сложившийся в настоящее время преимущественно коммерческий подход к инвестиционной деятельности диктует необходимость пересмотреть взгляд на инвестиции и инвестиционный процесс в туризме, выходя за рамки экономической, коммерческой оценки затрат и результатов инвестиций. В источниках [см., например, 8] есть официально рекомендуемые методы расчета инвестиционных показателей, в том числе для бюджетных инвестиций, согласно которым затраты и результаты рассчитываются и соизмеряются по единому финансовому критерию, другие показатели рекомендуется либо принимать по экономическим характеристикам, либо, если они не измеримы в рыночных категориях, оставлять их в ограничениях (например, экологические, социальные показатели). Не измеряемые рыночными методами показатели могут быть целевыми, но в этом случае инвестиционные проекты выбираются из вариантов с наименьшими показателями затрат.

В сфере туризма могут существовать и иные формы и методы инвестирования, которые не поддаются приведению к коммерческим показателям выгоды. Например, как оценить эффект от того, что талантливый художник за счет собственных средств расписал фасад здания, а молодые архитекторы, например, создали ледяной сказочный дворец Снежной королевы, в результате чего эти объекты стали пользоваться повышенным вниманием туристов? Как рассчитывать подобные инвестиции? Необходимо проведение глубокого анализа системы «источники инвестирования — виды инвестирования — способы инвестирования — результаты инвестирования». Расширение границ понятия инвестирования в туризме позволит по-иному оценивать инвестиционный климат в регионе, делать его объективно привлекательным, так как инвестором в широком смысле этого слова выступает в первую очередь местный житель.

Новое содержание инвестиционного процесса в туризме заключается в следующем:

- во-первых, сфера инвестирования в туризм должна включать внешнюю и внутреннюю территориальную среду, в которой развивается туризм;
- во-вторых, целевые инвестиции должны быть направлены на решение задач, вытекающих из целей устойчивого развития ту-

ризма в регионе как системного образования. При этом особое внимание необходимо уделить управлению внешними связями, их активизации, поиску источников инвестиционных ресурсов, как привлекаемых со стороны, так и собственных;

- в-третьих, в условиях высокого уровня связности элементов туризма как системы инвестиции должны быть комплексными, а не выборочными и охватывать все жизнеобеспечивающие элементы инфраструктуры туризма (абсурдно, например, строить гостиницу на свободной территории, не обеспечивая ее инженерной инфраструктурой);

- в-четвертых, инвестиционные процессы должны быть непрерывными в силу объективных и субъективных факторов, таких как, например, изменение потребностей туристов, моральный и физический износ элементов инфраструктуры туризма и необходимость расширенного воспроизводства туризма;

- в-пятых, инвестиционный процесс должен упреждать потребности туристов, а также выход из строя какого-либо элемента инфраструктуры, способный нарушить функционирование всей системы, что требует создания определенных резервов;

- в-шестых, инвестиции должны быть сфокусированы на тех элементах и их свойствах, которые дают наибольший положительный синергетический эффект и упреждают появление негативной синергии.

Возможны различные формы инвестиционной деятельности в туризме:

- 1) инвестирование, осуществляемое гражданами, негосударственными предприятиями, туристскими ассоциациями, обществами и товариществами, а также общественными и религиозными организациями, иными юридическими лицами, основанными на праве коллективной собственности;

- 2) государственное инвестирование, осуществляемое органами власти и управления РФ, других образований в составе РФ за счет средств бюджета, внебюджетных фондов и заемных средств, а также государственными предприятиями и учреждениями за счет собственных и заемных средств (например, для создания транспортной сети общего пользования, которая стимулирует развитие туристского района, — *дестинации*);

- 3) иностранное инвестирование в форме вложений в туристский бизнес иностранных граждан, юридических лиц и государств;

- 4) совместное инвестирование, осуществляемое российскими и иностранными гражданами, юридическими лицами, а также государствами. Такая форма инвестирования используется при создании крупнейших туристских дестинаций мирового значения, например, инвестирования в развитие курортно-рекреационных комплексов в Испании, Франции;

5) инвестирование с помощью финансовых посредников (инвестиционные фонды и компании), аккумулирующих и размещающих на свое усмотрение наиболее эффективным образом финансовые средства. Этот метод наиболее целесообразен при создании акционерных обществ крупных туристских комплексов.

Определение величины инвестиций в развитие туризма обычно представляется в виде проекта (инвестиционного или бизнес-плана), обосновывающего комплекс мероприятий, связанных с осуществлением вложений в объекты туристской деятельности, с последующим возмещением затрат и получением ожидаемой инвестором величины прибыли за установленный (приемлемый для инвестора) срок.

1.2. Структурная классификация туристских инвестиций

Классификация инвестиций в современной экономической литературе достаточно разнообразна, однако можно выделить пять основных признаков классификации туристских инвестиций.

1. По сфере использования инвестиций:

- **финансовые инвестиции** — вложение средств в разного вида ценные бумаги, помещение капитала в коммерческие банки, а также доли в фондах недвижимости или доли участия в капитале других компаний. Вложения денежных средств, связанные с приобретением на фондовой бирже пакета ценных бумаг, называют портфельными инвестициями;

- **реальные инвестиции** — вложения капитала в средства производства и предметы потребления. При этом используется как собственный, так и заемный (например, банковский) капитал. В последнем случае банк становится инвестором, осуществляющим реальные инвестиции. Реальные инвестиции делятся на материальные (вещественные) и нематериальные.

При использовании нематериальных инвестиций предусматривается приобретение какого-либо нематериального блага, например посредством обучения работников туристского предприятия, повышения квалификации или переквалификации персонала сферы туризма, а также проведения необходимых научно-исследовательских и проектно-конструкторских работ. При этом речь может идти о потенциале профессиональных знаний сотрудников туристской фирмы, а также о потенциале туристской фирмы в сравнении с другими организациями. Вещественные инвестиции служат основой для приобретения материальных благ, к которым относятся средства производства туристского продукта (туристской услуги) и предметы потребления.

2. По срокам осуществления инвестиций:

- долгосрочные инвестиции (10 лет и более);
- среднесрочные (от 5 до 10 лет);
- краткосрочные (год и менее).

3. По видам инвестиций:

• прямые инвестиции — вложение капитала, при котором инвестор напрямую приобретает требование к активам в виде фондовых или имущественных ценностей;

• косвенные инвестиции — направление денежных средств в формируемый портфель, иначе говоря, набор ценных бумаг или имущественных ценностей;

• интеллектуальные инвестиции — покупка патентов, лицензий, ноу-хау, подготовка и переподготовка персонала, вложения в НИОКР. В России этот вид туристских инвестиций еще слабо развит.

4. По направлению использования инвестиций:

• инвестиции, связанные с созданием туристского предприятия. Они служат для создания активов нового предприятия или дочерней фирмы (или внучатой фирмы) в составе уже существующей компании (пример, гостиничные предприятия сферы туризма). Инвестиции по формированию активов распадаются на ординарные инвестиции, направляемые на создание новых объектов производства, используемых в ходе текущей туристской деятельности предприятия, и стратегические инвестиции, целью которых является реализация стратегических инвестиционных туристских проектов;

• текущие инвестиции, связанные с текущим и капитальным ремонтом основных средств туристского производства, а также направляемые на замену физически изношенного и морально устаревшего производственного оборудования. Осуществляется замена производственного оборудования на более совершенное, высокопроизводительное, требующее меньших эксплуатационных затрат для туристского предприятия;

• дополнительные инвестиции, так же как текущие, направляемые на оснащение средствами производства функционирующих предприятий. К ним относятся инвестиции, направляемые на расширение объемов производства пользующейся высоким спросом продукции, на внесение изменений в структуру производственной программы туристского предприятия в целях повышения рентабельности объема продаж. Рост объема производства требует увеличения производственной мощности туристского предприятия и предполагает ввод в строй нового оборудования. Для осуществления изменений в производственной программе предприятия необходима коррекция инвестиций. Эти коррективы могут быть обусловлены увеличением удельного веса наиболее рентабельной или прибыльной (например, новой), пользующейся вы-

соким спросом на целевом рынке туристской услуги в программе предприятия. Инвестиции, идущие на рационализацию производства, позволяют снизить затраты на производство туристских услуг. Инвестиции, направляемые на диверсификацию производства, обеспечивают более устойчивое и долговременное присутствие туристского предприятия на целевом рынке.

5. По объему инвестиций:

- сравнительно небольшие;
- средние;
- достаточно большие по объему.

Следует отметить, что границы объема инвестиций в туристской сфере могут значительно отличаться от инвестиций в другие сферы экономики. Это обусловлено разной капиталоемкостью и масштабностью процесса изготовления готовой продукции (оказания туристских услуг) в данной сфере нематериального производства.

Представленная классификация туристских инвестиций иллюстрирует многообразные формы их проявления. В соответствии с различающимся классификационным признаком видов инвестиций необходимо применять дифференцированные подходы в процессе их экономического обоснования. В качестве дополнительных признаков классификации туристских инвестиций могут использоваться:

- структура распределения денежных потоков во времени;
- вид целевого назначения;
- период планирования;
- периодичность повторения;
- степень взаимозависимости;
- уровень риска и т. д.

1.3. Объекты и субъекты инвестирования в туризме

Субъект инвестирования — это тот, кто направляет средства (собственные, заемные, а также привлеченные имущественные и интеллектуальные ценности) на достижение поставленных целей и решений, сформулированных в миссии инвестируемого предприятия или комплекса. При этом инвесторы могут выступать в роли вкладчиков, кредиторов, покупателей, а также выполнять функции любого участника инвестиционной деятельности. Поэтому в качестве субъектов туристской инвестиционной деятельности могут выступать:

- российские и иностранные граждане и юридические лица, а также государство, правительство;
- российские и иностранные граждане и юридические лица, обеспечивающие осуществление инвестиций в качестве непосред-

ственных исполнителей заказов или на основании поручений инвестора;

- исполнители работ (подрядчики, субподрядчики);
- поставщики товароматериальных ценностей, производственного оборудования, технологий и необходимой проектно-конструкторской документации и т.д.;
- юридические лица, представляющие собой банковские, страховые, посреднические организации.

Объекты инвестиционной деятельности — это то, куда направляются средства. Объектами туристской инвестиционной деятельности являются:

- вновь создаваемые туристские объекты или реконструируемые действующие туристские предприятия;
- расширение действующего предприятия сферы туризма, строительство второй и последующих очередей функционирующего предприятия (например, строительство корпусов гостиничного комплекса);
- расширение существующих отделов туристского предприятия в целях увеличения производственной мощности;
- техническое перевооружение предприятий, направленное на повышение технико-экономического уровня производства в целом и отдельных его подразделений в частности (например, покупка современного кухонного оборудования для ресторана гостиницы);
- модернизируемые основные производственные фонды предприятий;
- новая научно-техническая продукция (например, пакеты прикладных программ для управления номерным фондом — для службы бронирования отеля);
- производство новых видов туристских услуг в рамках действующего производства;
- интеллектуальные ценности (изобретения, ноу-хау, научные разработки и т.п.);
- имущественные права (владение каким-либо имуществом производственного назначения) и т.д.

Объекты, в которые вкладываются инвестиции в сфере туризма, могут быть классифицированы по ряду признаков:

- масштабу туристского проекта (большие, средние и малые проекты);
- целевой направленности проекта;
- характеру и содержанию инвестиционного цикла (все этапы жизненного цикла или отдельные его этапы);
- степени влияния государства (сильное, слабое, отсутствие этого влияния);
- характеру участия государства (привлекаемые государственные капиталовложения, пакет акций, налоговые льготы, гарантии и иные формы);

• уровню экономической эффективности использования денежных средств (высокоэффективные, средней эффективности и низкой эффективности).

Структуризация объектов и субъектов является необходимым условием формирования рациональной системы управления инвестициями в сфере туризма.

1.4. Принципы инвестирования в туризме

Исследование процессов и тенденций инвестирования в сферу туризма в условиях формирования и функционирования программ развития туризма предполагает разработку соответствующих принципов (исходных положений), на которых должен базироваться процесс управления инвестициями в сфере туризма территориальных образований и которые отражают специфику этого явления в силу объективно сложившихся в настоящее время условий.

К основным концептуальным принципам инвестирования в туризме относятся:

- системность — необходимость использования элементов системного анализа при принятии решения об инвестировании в сфере туризма с учетом того, что туризм — большая открытая система, имеющая свойства неаддитивности, эмерджентности, связности, самоорганизации, синергичности и др.;

- комплексность — обеспечение сочетания стратегического, текущего и оперативного управления инвестиционной деятельностью в сфере туризма;

- предпринимательство — преимущественная ориентация на предпринимательский стиль стратегии управления инвестиционной деятельностью;

- адаптивность — обеспечение приспособления инвестиционной стратегии к изменениям факторов внешней и внутренней среды, которые могут обеспечить корректировку целей развития туризма в регионе, приоритетов и механизмов их реализации;

- непрерывность — процесс инвестирования должен осуществляться постоянно в рамках установленного цикла;

- альтернативность — обеспечение альтернативами стратегий инвестиционного выбора при принятии стратегических инвестиционных решений в области туристских проектов и программ;

- учет риска — учет уровня риска в процессе принятия инвестиционных решений, обусловленный спецификой туристской деятельности в регионе;

- инвестиционная культура.

Особое внимание следует уделить механизмам привлечения инвестиционных ресурсов на базе широкого использования принципа проектного инвестирования, который уже применяется в

туризме (в частности, при реализации программ развития водного туризма в Карелии) в качестве альтернативы инвестиционному кредитованию. Необходимо также более активно использовать принцип многоканального привлечения инвестиций (государственных, частных, смешанных).

Кроме того, рассмотрение проблемы формирования конкурентоспособной сферы туризма с точки зрения комплексного, системного подхода предполагает необходимость формулирования основополагающих принципов анализа, диагностирования и прогнозирования вложенных инвестиций в создание и развитие новых организационных форм, продвижение и сбыт туристских продуктов и услуг и др.

Основными принципами анализа являются научность, комплексность, системность, объективность, точность, достоверность, действенность, демократизм, эффективность, вариантность, целенаправленность, согласованность и др.

Анализ инвестиционных вложений должен базироваться на государственном подходе при оценке экономических процессов и результатов экономической деятельности. Он должен носить научный характер, т. е. основываться на законах и закономерностях развития природы и общества, учитывать требования экономических законов в области инвестирования, при этом он должен быть комплексным. Комплексность исследования требует охвата всех звеньев, всех сторон инвестиционной деятельности и всестороннего изучения причинных зависимостей.

Государственный сектор экономики должен строить свои отношения с частным бизнесом на принципах самокупаемости, возвратности, платности, долевого финансирования и конкуренции.

Анализ инвестиционных вложений должен быть объективным, конкретным, точным. Он должен основываться на достоверной информации, реально отражающей объективную действительность, а выводы его должны подтверждаться точными аналитическими расчетами. Действенность анализа проявляется в активном воздействии на процесс инвестиционных вложений и их результаты и своевременном выявлении недостатков. При этом анализ должен быть плановым, систематическим, отсюда вытекает необходимость планирования аналитической работы в ходе подготовки и проведения инвестиционных вложений, распределения обязанностей по ее выполнению между исполнителями и контроля за ее проведением. Оперативность анализа означает умение быстро и четко проводить анализ, принимать управленческие решения и претворять их в жизнь. Демократизм анализа инвестиционных вложений предполагает участие в проведении анализа широкого круга заинтересованных лиц, что обеспечивает гласность в инвестиционной деятельности. Затраты на проведение анализа должны давать многократный эффект.

Диагностика инвестирования базируется на четырех видах измерений параметров системных характеристик: физических, динамических, контрольных (сравнительных) и прогнозных — и состоит из двух объектов анализа: диагностики результатов туристской деятельности за период и ее состояния на текущий момент и диагностики управления (диагностики бизнес-процессов). Финансовые показатели должны анализироваться в комплексе с остальными показателями деятельности.

Исходя из принципа разумной достаточности следует использовать только те показатели, которые являются информационной основой для принятия инвестиционных решений. Принцип сравнимости должен быть реализован при условии сопоставимости, а для его реализации необходимо применение специализированных методов. Согласно принципу временной согласованности финансовой диагностики и принципу законченности рассчитываются все финансовые коэффициенты, делается горизонтальный и вертикальный анализ финансовой отчетности и описываются ее особенности, характерные для анализируемого периода, делаются выводы, ради которых и были выполнены все предыдущие вычисления.

Таким образом, принципы инвестирования в сферу туризма, наиболее тесным образом связанные с основными методами управления инвестиционными процессами, ориентируют субъектов инвестирования на достижение наилучших экономических показателей. Они могут и должны действовать только в системе, во взаимозависимости, так как каждый из них — дополнение и конкретизация другого.

1.5. Виды инвестиционных затрат

Инвестиционные расходы (затраты) — это различного вида платежи, связанные с реализацией бизнес-проекта, осуществляемые в начале или в течение всего срока его реализации.

Выделяют следующие виды инвестиционных затрат:

- прямые (реальные) и косвенные расходы. Не все расходы, связанные с реализацией инвестиционного проекта, являются прямыми. Так, если приобретается новое производственное оборудование, то прямые расходы будут состоять из стоимости оборудования, транспортных расходов и расходов по его установке, а также расходов по доукомплектованию на месте и т. д. К прямым расходам необходимо добавлять косвенные расходы, т. е. расходы, которые непосредственно не связаны с реализацией инвестиционного проекта, но способствующие и содействующие созданию благоприятных условий для его осуществления. К ним, в частности, относятся расходы по набору, подготовке и перепод-