

Левченко Константин Константинович

канд. экон. наук, преподаватель

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»

заместитель руководителя территориального органа

МИД России в г. Сочи

г. Сочи, Краснодарский край

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ В СФЕРУ ТУРИЗМА

***Аннотация:** в статье представлено исследование, связанное с проблемой эффективности инвестиций в сферу туризма, как ключевого драйвера развития экономической политики. Обосновано использование критерия эффективности – инвестиционная привлекательность объектов туризма, под которой понимается суммарный объем вложений, привлекаемых в экономику туризма исходя из имеющегося туристского потенциала, различного вида ресурсов и уровня инвестиционных рисков. Представлена иерархия элементов инвестиций в туризм с позиций оценки эффективности. Разработан инструментарий управления эффективностью в туризме.*

***Ключевые слова:** туризм, инвестиции, инвестиционная привлекательность, инвестиционный потенциал, эффективность, инструментарий.*

До 2020 года туризм являлся одной из самых быстрорастущих отраслей мировой экономики.

По данным UNWTO прирост в индустрии туризма продолжался порядка 10 лет, и в 2019 году эти показатели возросли на 4% по сравнению с предыдущим годом, такой же прирост был запланирован на 2020 год.

На долю туризма приходилось 10,4% мирового ВВП, объем экспорта услуг в этой сфере превышал 30%. За быстрые темпы роста туризм по праву считали экономическим феноменом столетия, в 2019 году доходы сферы туризма достигли 1,7 триллиона долларов.

По темпам развития и экономическим показателям индустрию туризма вполне заслуженно называли до недавнего времени локомотивной индустрией, лишь нефтегазовая промышленность обгоняла ее по росту показателей, около 10% мировых услуг оказывались в сфере гостеприимства, участники индустрии платили 5% налогов, 7% мирового объема инвестирования приходились на долю индустрии туризма.

Согласно прогнозам Всемирной туристской организации, число туристских прибытий к 2020 г. будет составлять 1,6 млрд человек, а мировые доходы от туризма в 2020 г. увеличатся до 2 трлн долларов [1].

Но жизнь внесла свои коррективы. И уже в конце марта 2020 года Всемирным советом по путешествиям и туризму WTTC был озвучен прогноз относительно сокращения в туризме рабочих мест в результате глобальной угрозы COVID-19 (до 50 миллионов мест).

В предшествующие годы мировая туристическая отрасль стабильно росла: так, с 2009 по 2019 количество международных туристов выросло в 1,64 раза (5% ежегодно) с 892 млн до 1.46 млрд чел. в год. Суммарные (экспортные) доходы отрасли от международного туризма в абсолютном выражении выросли более чем в полтора раза (с 901 млрд \$USD до 1507 млрд \$USD [2].

По итогам текущего кризиса туристический сектор будет в одном из наиболее сложных положений. По данным международной организации туризма, в 2020 году по сравнению с 2019 годом прогнозируется снижение числа международных поездок в 2–5 раз в зависимости от сценария завершения пандемии и времени открытия границ. Худший сценарий – 5-кратный спад – ожидается в случае постепенного открытия границ, начиная лишь с декабря 2020 г. В денежном выражении потери только от закрытия международного туристического потока могут составить от 0,91 до 1,2 трлн долл. США (спад на 62–79%) в зависимости от сценария. Это отбрасывает отрасль до уровней 20–30-летней давности. Однако международный туризм – это часть всей туристической отрасли, и масштаб потерь в каждой отдельной стране зависит от степени ориентированности отрасли на внешний или внутренний рынок, а также политики национальных

властей в отношении принятия мер, направленных на увеличение эффективности инвестиций, поступающих в данную сферу.

Для услуг индустрии туризма характерной особенностью является комплементарный подход. Туристический пакет, который предлагают туроператоры своим клиентам включает целый набор услуг: перелет, проживание, питание, экскурсионное обслуживание, страхование и т. п. Так называемые «неорганизованные туристы» пользуются услугами по размещению, питанию, сотовой связью, развлечениями, услугами транспортных компаний и т. п., то есть, аналогично организованным туристам, становятся потребителями комплекса услуг и сферы туризма. Это свойство туризма обеспечивает *мультипликативный эффект* в туризме, который является предметом исследования ученых начиная с 70-х гг. XX века. В этой области особенно заметными являются труды зарубежных авторов Б. Арчера, Дж. Флетчера, Р. Миллера и П. Блэра и российских ученых И. Т. Балабанова, А. И. Балабанова, В. Г. Гуляева, И. В. Зорина, В. А. Квартальнова, Г. А. Папиряна и др.

Предприятия туризма в основном оказывают услуги, главными потребителями которых являются туристы и путешественники.

Объем продаж большинства направлений в предоставлении услуг в сфере туризма подвержен сезонным колебаниям, а также политическим, экономическим, экологическим и другим внешним факторам. В этой связи активный поиск новых подходов к развитию этой отрасли требует больших вложений, которые приносили бы максимальную отдачу, то есть были эффективны. То есть на повестку дня встает проблема эффективности вложений по конкретным, определенным направлениям в сферу туризма в целом, а также в ее инфраструктуру. Вначале исследования следует определить понятие инвестиций, а затем сформировать механизм управления эффективностью в туризме.

Инвестиции (происходит от латинского «invest», то есть – вкладывать) – это процесс использования таких ресурсов, как трудовых, материальных и

финансовых, с целью увеличения капитала, модернизации, расширения и технического перевооружения производства.

В более широком смысле, инвестиции – это вложение капитала, при котором в будущем последует его увеличение. Однако этот прирост капитала должен быть компенсационным, то есть компенсировать инвестору отказ от сегодняшних денег для получения будущих доходов, что имеет для туристских предприятий первостепенную значимость в силу сезонности спроса на многие виды услуг.

Инвестиции в туризме это процесс создания новых или реконструкции действующих на основе капиталовложений туристских объектов.

К сегодняшнему дню предприятия и организации сферы туризма самостоятельно ищут пути дальнейшего развития в условиях гибкой и нестабильной внешней и внутренней среды, реагируют на ее изменения в целях обеспечения эффективности инвестирования в развитие туризма.

Привлечение инвестиций в туризм весьма актуально для Российской Федерации, поскольку они являются мощным локомотивом в обновлении производственных мощностей, роста инновационных и цифровых технологий в управлении экономикой в целом.

Проблему эффективности инвестиций на сегодняшний день следует воспринимать как ключевой драйвер развития экономической политики. Особое внимание при этом следует уделить рациональности и оптимальности вложения капитала. В качестве главного критерия, на основе которого инвестор принимает решение о вложении средств, является инвестиционная привлекательность объектов туризма и получение дохода на вложенный капитал, то есть эффективность инвестиций.

С позиций эффективности вложений инвестиционную привлекательность можно интерпретировать как суммарный объем вложений, привлекаемых в экономику туризма исходя из имеющегося туристского потенциала, различного вида ресурсов и уровня инвестиционных рисков.

Инвестиционный потенциал туризма это объем инвестиций, необходимый для формирования инвестиционной активности туристских организаций. Хотя ряд авторов, в частности Л.М. Юсупова считает, что «при оценке инвестиционного потенциала необходимо учитывать множество факторов, это и инфраструктурная освоенность территории, инновационный потенциал и интеллектуальный потенциал населения, ресурсная составляющая» [3].

В этой связи требуются некоторые уточнения, особенно с точки зрения соотношения составляющих, поскольку эффективность инвестиций напрямую зависит от полученных эффектов, выгод по каждому из направлений: привлекательность потенциала, имеющихся ресурсов, инвестиционного климата туристских территорий, инвестиционной активностью самих туристских предприятий.

По нашему мнению, данные категории далеко не тождественны, так как понятие «привлекательность» само по себе весьма субъективное, которое может определяться как потенциальным инвестором и его собственным мнением, так и объективными характеристиками инфраструктуры сферы туризма. Что касается «потенциала», то здесь, наоборот, присутствует элемент объективности, поскольку речь идет о конкретных ресурсных возможностях конкретной туристской территории.

Считаем, что следует привести более точную характеристику в соотношениях указанных понятий, где в качестве критерия, по мнению автора, будет выступать приращение уровня охвата инвестиционных составляющих и оценка эффективности в каждой из них, то есть, заложен принцип иерархии.

В соответствии с данным принципом основой является дефиниция «инвестиций в туризм», производным от нее – категория «инвестиционные ресурсы туризма», затем идут: «инвестиционный потенциал туризма», «инвестиционный климат туристского региона», «инвестиционная привлекательность туристской территории» и «инвестиционная активность туристских предприятий» (рис. 1).

Таким образом, под инвестиционной активностью понимается оценка эффективности инвестиционных процессов туристских предприятий, которые

опираются на ресурсные возможности, то есть инвестиционная активность туристских предприятий, это возможность привлечения инвестиционных вложений в финансово-хозяйственную деятельность с максимальной ее отдачей и высокой интенсивностью.



Рис. 1. Соотношения составляющих элементов инвестиций в туризм с позиций оценки эффективности [4]

Инвестиционный потенциал сферы туризма – это возможности получения максимального эффекта в валовом туристском продукте посредством реализации в рамках территории инвестиционных факторов, формирующих экономический рост. Кроме того, инвестора интересует также направление инвестирования, по которому при минимальном сроке капитал окупится, то есть полная сумма вложений должна быть сопоставлена с величиной дохода и из альтернативных вариантов выбирается оптимальный или наилучший.

В этой связи формирование инструментария управления эффективностью инвестиций с целью учета всех факторов, условий, компонентов, методов оценки и прочих рычагов управления, имеет первостепенное значение (рис. 2).

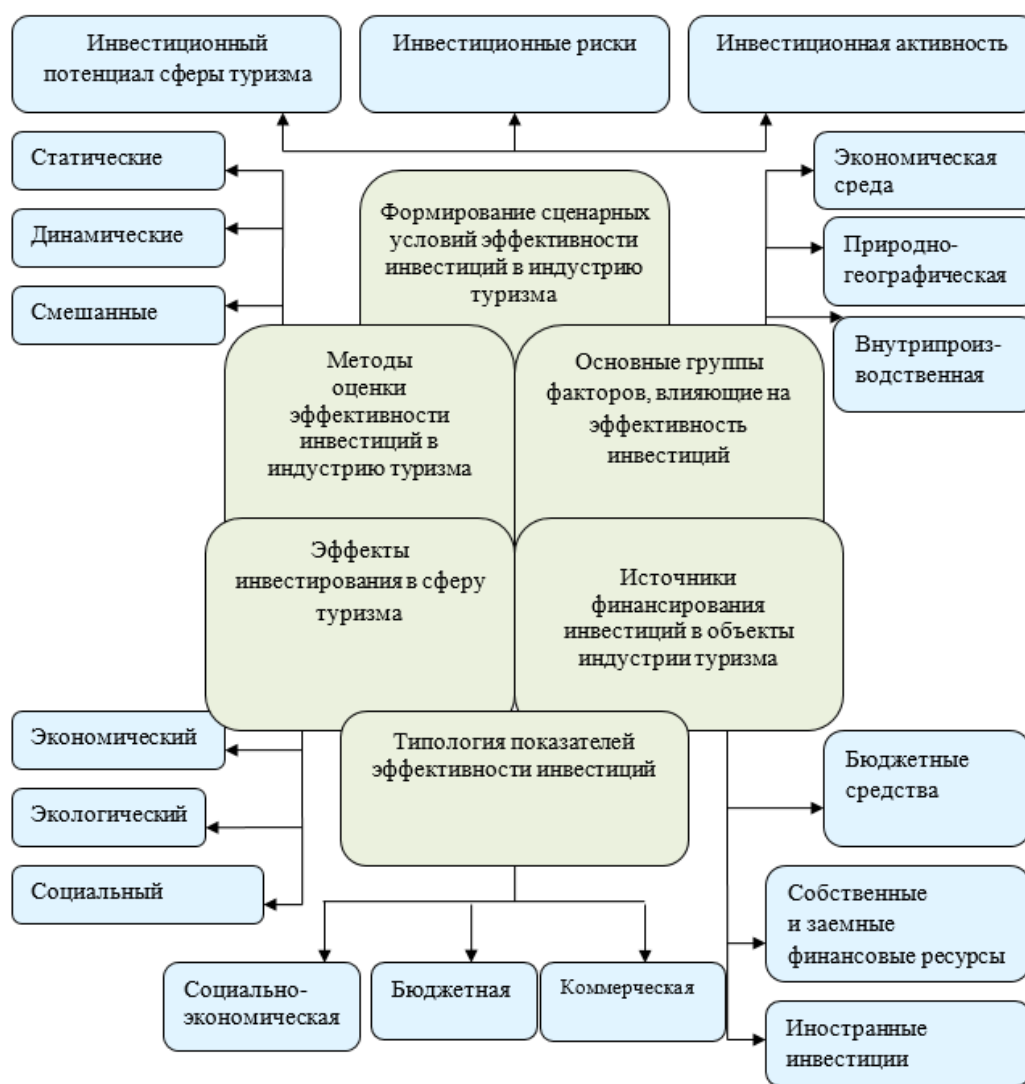


Рис. 2. Инструментарий управления эффективностью в туризме [4]

Важное место в управлении эффективностью инвестиций занимают теоретические аспекты исследования проблем, связанных с понятиями «эффект» и «эффективность».

Эффект, в классическом варианте теории инвестиций, предполагает совершение какого-либо действия с целью получения полезного результата от вложенных средств, в качестве которого может быть доход либо иная выгода. В этой связи, *экономический эффект* можно определить как разность между доходами и расходами в денежном выражении.

Помимо экономического эффекта, большое значение для туризма имеет *социальный эффект*, сущность которого проявляется опосредованно через

улучшение жизни местного населения принимающей туристской территории. Может быть еще в данной ситуации и появление *экологического эффекта* от инвестирования в туризм, заключающегося в рациональном использовании туристских ресурсов, бережном отношении к окружающей среде. То есть любой вид эффекта выражается абсолютными показателями.

Экологический и социальный эффект в туризме тесно взаимосвязаны друг с другом, поскольку дают возможность оценить последствия улучшения экологической ситуации территории и снижения заболеваемости населения, то есть фактором, имеющим социальную направленность.

Эффективность инвестирования в общем виде можно представить как отношение эффекта от вложенных средств (дохода, прибыли или иной выгоды в денежном выражении) к затратам на достижение данного эффекта.

Таким образом, дальнейшее развитие методологии исследования эффективности инвестиций в туризм в контексте предложенных трактовок дефиниций предполагает формирование и разработку методики оценки эффективности в контексте экономической и социальной направленности с обоснованием критериев и показателей оценки с учетом специфики туристской деятельности.

Список литературы

1. Ермоловская О.Ю. Развитие конкурентных преимуществ туристических услуг в регионах Российской Федерации / О.Ю. Ермоловская, Е.А. Федорова // Туризм: право и экономика. – 2019. – №4. – С. 3–7.
2. Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism // World Tourism Organisation [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism> (дата обращения: 25.01.2022).
3. Юсупова Л.М. Инвестиционный потенциал региона: сущность и факторы // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2012. – №9 (17).

4. Левченко К.К. Развитие въездного туризма и его влияние на экономику территории: монография / К.К. Левченко, Т.П. Левченко. – М.: РУСАЙНС, 2021. – 116 с.