

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. Бутлерова, 17-Б, к. 360. Тел./факс: (495) 330-1092, 334-8337.

Отпечатано в ОАО «Саратовский полиграфкомбинат». www.sarpk.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

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 деятельности;

- 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.