
МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ В ТУРИЗМЕ И ИХ ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ

Сушкова Наталья Сергеевна, канд. экон. наук

Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1, Воронеж,
Россия, 394006; e-mail: sns@vrn-tc.ru

Цель: статья посвящена методическим особенностям разработки инвестиционной стратегии, адаптированной к современному туристскому рынку в Российской Федерации. Произведен анализ и выборка существующих методов ее создания и реализации. В авторском подходе отражены финансово-экономические особенности отрасли. *Обсуждение:* автором определены основные направления получения исходной информации. Охарактеризованы состояние и перспективы отрасли. Изучено место Воронежской области в сопоставлении имеющихся ресурсов с инвестиционной деятельностью. Определено финансово-экономическое состояние туристского предприятия. *Результаты:* предложены действенные методы разработки инвестиционной стратегии предприятия, сформированные с учетом экономических особенностей функционирования туристской отрасли. На основании выявленных методических особенностей разработки инвестиционной стратегии проведена апробация и адаптация метода в условиях рынка к конкретной туристской компании. Приведены примеры расчетов и выбор эффективной на основе альтернативных вариантов возможных стратегий. Определены направления развития для выработки ряда альтернативных инвестиционных стратегий.

Ключевые слова: инвестиционная стратегия, эффективность, методы, туристское предприятие.

DOI: 10.17308/meps.2019.7/2164

Введение

Современный инвестиционный анализ предполагает десятки методов оценки эффективности размещения инвестиционных ресурсов и порой сводятся к обоснованию инвестиционного проекта. Разработка инвестиционной стратегии включает определенный набор мероприятий. Методические рекомендации по разработке инвестиционной стратегии российскими туристскими предприятиями, а также порядка внесения изменений и контроля в процессе ее реализации позволяют предложить субъектам инвестиционной

деятельности инструменты и механизмы, позволяющие повысить эффективность инвестиционных расходов. На основе обобщения отечественного и зарубежного опыта попытаемся показать специфику их практического применения для предприятий туризма, поскольку их структура отражает последовательность этапов процесса разработки и реализации инвестиционной стратегии с учетом специфической особенности отрасли.

Основная часть

Существует оправданная точка зрения, что успешность деятельности компании может быть обусловлена не только применением эффективной техники и новых технологий, но и прежде всего принятием управленческих решений методического характера [12]. Для разработки инвестиционной стратегии [13] туристского предприятия и внесения корректировок в период реализации, а также изучения альтернатив требуется расчет ряда показателей и применения следующих методов (табл. 1).

Таблица 1

Методы разработки и реализации инвестиционной стратегии в туризм

Наименование	Содержание	Методы
Шкала интенсивности	Позволяет определить целесообразность внедрения стратегий	Брейнсторминг, анкеты, экспертные оценки, аналитическое моделирование;
Расчет показателя потребности в инвестиционных ресурсах	Позволяет анализировать и объективно оценивать возможности развития туркомпании	NIS
Интегральный эффект	Позволяет оценить эффективность вложений	NPV [4]
Анализ соотношения убытков и вложений	Позволяет определить потенциальные риски вложений в выбранную стратегию	Rf
Поиск идеальной точки	Возможность остановиться на приоритетном варианте из ряда возможностей	Rq [3]
Построение нормативной системы показателей	Позволяет оптимизировать имеющуюся стратегию	ERIS [8]

Источник: составлено автором.

Для получения исходной информации необходимо:

- 1) охарактеризовать состояние и перспективы отрасли [14];
- 2) оценить финансово-экономическую составляющую предприятия;
- 3) определить стиль развития предприятия для разработки приоритетной из ряда альтернативных инвестиционных стратегий.

Рассмотрим подробно эти пункты.

1. Особенности развития туризма. Рассматривая данный аспект, на сегодняшний день следует руководствоваться распоряжением Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. № 941-р «Стратегии развития ту-

ризма в Российской Федерации на период до 2020 года» [7], а также анализом непосредственно инвестиционной привлекательности местонахождения объекта. В данном контексте не является решением поставленной задачи, поэтому не будем уделять внимание и состоянию отрасли в РФ. Отметим, только факт интенсивного развития, подтвержденного цифрами Госкомстата Российской Федерации [6].

Статистические данные свидетельствуют о перспективности отрасли (табл. 2, 3).

Таблица 2

Объем платных услуг населению в сфере туризма, млн руб.
(обновлено 26.06.2017) [10]

Наименование услуг	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Туристские	10639	33849	99879	112829	121545	145784	147541	158252	161344
гостиницы и аналогичные средства размещения ¹⁾	...	60098	112855	125541	141012	162387	175709	188992	213288
санаторно-оздоровительные	16840	36082	60460	68521	75622	82444	92300	110513	120009

¹⁾ до 2000 года учитывались в составе жилищных услуг.

Таблица 3

Динамика инвестиций в основной капитал в Российской Федерации по видам экономической деятельности¹⁾ (без субъектов малого предпринимательства и объема инвестиций, не наблюдаемых прямыми статистическими методами) в сопоставимых ценах; в процентах к предыдущему году

Наименование видов экономической деятельности	2017
деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	101,1
из нее деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма	195,9

¹⁾ Данные приведены в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности ОКВЭД2.

Современный путь развития России обуславливает необходимость разработки стратегии модернизации всех сфер жизни общества с целью создания эффективной системы хозяйствования, в том числе для регионов [1]. При этом важнейшую роль играет место реализации стратегии. Ряд авторов предлагают разделить регионы на виртуальные кластеры. Видится рациональным остановиться на матрице выделения регионов страны по уровням развития ресурсного потенциала и результатам инвестиционной деятельности (ИД) [11] (табл. 4).

Согласно данному подходу Трещевский Ю.И. и Круглякова В.М. определили место Воронежской области, а так же других регионов ЦФО в сопоставлении уровня результатов и ресурсного потенциала инвестиционной деятельности с уровнем развития ресурсного потенциала (табл. 4).

Таблица 4

Сопоставление ресурсов региона с результатами инвестиционной деятельности

Уровень результатов и ресурсного потенциала ИД		Уровень развития ресурсного потенциала ИД		
Уровень результатов ИД	высокий	В	Е	И
	средний	Б	Д	З
	низкий	А	Г	Ж
		низкий	средний	высокий

Таблица 5

Регионы ЦФО в системе оценки уровней ресурсного потенциала [11]

		Уровень развития ресурсного потенциала ИД по областям		
Уровень использования ресурсного потенциала ИД	высокий	В	Е	И Московская
	средний	Б Курская, Рязанская, Тамбовская, Тульская	Д Белгородская, Воронежская, Калужская, Липецкая	З
	низкий	А Брянская, Владимирская, Ивановская, Костромская, Орловская, Смоленская, Тверская, Ярославская	Г	Ж
		Низкий	средний	высокий

2. Проведем небольшой финансовый анализ рассматриваемой компании. Покажем, как разработана инвестиционная стратегия для турагентского предприятия ООО «Х».

Компания основана в Воронежской области в 2003 г. Уставный капитал общества – 10000 рублей (один учредитель). Деятельность сопровождается постоянным стабильным ростом в течение всех лет. Выручка от основного вида деятельности за 2018 г. составила 2845688 руб., что на 25%, к сожалению, меньше, чем в 2017 г. Ситуация связана с активным развитием самодеятельного туризма, закрытием ряда приоритетных экономических направлений, наличием большого количества визовых центров и интернет-технологий. Тем не менее, при снижении выручки чистая прибыль увеличилась на 48%. Эффективность показала маркетинговая программа тура «под располагаемый бюджет» (Норма чистой прибыли за 2018 г. составила 20%.)

Из-за специфики отрасли коэффициентный анализ не дает четкого

представления о финансово-экономическом состоянии предприятия. Установлено, что в течение всего анализируемого периода (2018 г.) отношение дебиторской задолженности к выручке от реализации турпродуктов составляет от 19 до 35%. Общую ситуацию с погашением дебиторской задолженности следует признать благополучной.

Наличие дебиторской задолженности, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев, в размере 67800 руб. связано с контрактными обязательствами по получению агентского вознаграждения и приемлемо для предприятия.

Кредиторская задолженность на конец периода составляет 960000 руб. и находится в распоряжении предприятия без нарушения условий расчетов с туроператорами и создания просроченных платежей, в связи с чем эту задолженность можно признать бесплатным источником финансирования. Наличие последнего очень ценно на современном туристическом рынке. Анализ ЧОК, его перманентный рост в течение года на 274781 руб. свидетельствует о стабильности и финустойчивости предприятия. А самое главное для аналитика подтверждает факт подготовленности объекта исследования к внедрению инвестиционной стратегии.

3. Классическая инвестиционная стратегия является частью финансовой. При этом важно помнить, что базово имеется общая стратегия. Непосредственно на построении взаимосвязей общей и функциональных стратегий можно применять альтернативные из ряда возможных. Среднестатистически на рынке туризма максимум внедряются и стабильно присутствуют на предприятиях разного уровня это стратегии маркетинга.

Так, и объект исследования ООО «Х», кроме набора маркетинговых мероприятий, никаких функциональных стратегий не реализовывало. Элементы стратегического планирования, связанные с реализацией финансовой стратегии, спонтанно применялись в работе компании. Исходя из этого, определим цели стратегии ООО «Х» по уровням:

- общая – поддержание материально-технической базы на уровне, обеспечивающем постоянное приращение конкурентного статуса;
- финансовая – использование привлеченных финансовых ресурсов для создания новых туристских объектов, своевременное и достаточное финансирование в соответствии со стадией жизненного цикла инвестиционной стратегии;
- инвестиционная – инвестирование суммы до 5 млн руб., позволяющей увеличить объем продаж и внедрить турпродукты, не имеющие аналогов на рынке Воронежской области, тем самым обеспечить отдых от 20000 туристов в течение трех лет.

Основные задачи инвестиционной стратегии:

- обеспечение равномерных денежных поступлений за счет оптимального сочетания имеющихся и вновь разработанных турпродуктов;

- определение рисков и их возможного влияния на инвестиционный процесс.

Обсуждение результатов

Рассмотрим описание двух вариантов альтернативных стратегий (табл. 6).

Таблица 6

Основные характеристики вариантов стратегий [10]

ИС1	ИС2
<p>Становление в качестве местного туроператора тринадцати направлений.</p> <p>Сегментация потребителя: дифференцированные социальные и возрастные группы.</p> <p>Открытие 4 филиалов на территории Воронежской области.</p> <p>Привлеченные инвестиции в объеме 816000 руб. участниками бизнеса в реализации стратегии предлагающих собственные туруслуги в качестве партнеров.</p>	<p>Становление в качестве местного туроператора тринадцати направлений, для социального уровня клиентов: выше среднего и средний.</p> <p>Организация промомероприятий с сотрудничеством турагентств Воронежской области.</p> <p>Привлеченные инвестиции 350000 руб. участниками бизнеса в реализации стратегии предлагающих собственные туруслуги в качестве партнеров.</p>

Для выявления основных направлений развития была собрана команда из 20 человек различного возраста, профессий и социальных групп.

На основе применения брейнсторминга определены приоритеты потенциальных туристов, на базе которых рассматриваются две финансово-инвестиционные стратегии, целесообразность которых выше среднего значения «3»:

- инвестиционная стратегия 1 «Туроператор многопрофильный», условное обозначение ИС1;
- инвестиционная стратегия 2 «Туроператор узкой направленности», условное обозначение ИС2 (табл. 6).

Анализ, оценка возможностей и потребностей в инвестициях турпредприятия «Х». Расчет произведен в ценах 2018 г., результаты приведены в табл. 7-10.

Таблица 7

Шкала интенсивности целесообразности внедрения стратегии (оценка по пятибалльной системе) [10]

Показатель	ИС1	ИС2
Перспективность развития в соответствии с учетом стадии жизненного цикла	4	5
Изменение конкурентного статуса	5	5
Соответствие современным тенденциям применения технологий	4	3
Скорость насыщения спроса на новый продукт/услугу	4	4
Степень поддержки (государственной, кредитной, партнерской)	3	1

Показатель	ИС1	ИС2
Устойчивость в условиях экономического кризиса	3	1
Степень доступа к возможностям технологических улучшений	5	4
Уровень инвестиционного риска	3	2
Способность обеспечить инвестиционными ресурсами их антиинфляционную защиту	4	3
Среднее значение целесообразности	3,7	3,1

Таблица 8

Инвестиционные расходы при реализации ИС1 и ИС2, тыс. руб. [10]

Направление инвестиционных расходов	Объем инвестиционных расходов при реализации стратегии	
	ИС1	ИС2
Создание новых объектов турагрокомплекса	1200	2000
Оборотные активы	100	800
Приобретение оборудования	250	60
Необходимые средства для развития и реализации турпродукта	2800	1500
ИТОГО	4350	4360

Таблица 9

Состав и структура источников финансирования инвестиций [10]

Наименование источников финансирования	ИС1		ИС2	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Собственные средства	1672	38,4	1672	38,4
Привлеченные средства	816	18,8	350	3,9
Заемные средства	1862	42,8	2338	57,7
ИТОГО	4350	100	4360	100

Структура капитала является индикатором финансового состояния предприятия. Оценка его структуры интересна всем пользователям бухгалтерских данных. Расчет такого показателя, как средневзвешенная цена капитала, важная часть разработки ИС.

Собственный капитал – наиболее дорогой источник финансирования для предприятия, поскольку расходы по его обслуживанию не уменьшают налогооблагаемую базу, а премия за риск максимально высока. Анализируя данную составляющую источника финансирования, необходимо заметить при наступлении процедуры банкротства он фактически не имеет защиты. Рационально приравнять цену собственного капитала размеру нормы чистой прибыли по финансовым результатам предыдущего года, в нашем случае это двадцать процентов.

Упомянув ранее выгоду наличия кредиторской задолженности,

можем ее за счет фактически бесплатного пользования учитывать по ставке 0%, когда ведем речь о расчетах средневзвешенной стоимости капитала.

Банковский сектор осуществляет инвестиционное кредитование под предлагаемые к рассмотрению стратегии для ООО «Х» в сумме 3,5 млн руб. на условиях 16% годовых.

УСН «доходы-расходы» устанавливает ставку налога 15%. Принимая во внимание налоговую защиту, цена заемного капитала составит 13,6%.

Инвесторы, готовые выступить в процессе реализации стратегии, предоставляют кредитную линию, которая для туркомпании выступает привлеченным капиталом. Цена на текущую дату по альтернативным источникам составляет 18%. Данное значение обозначим в качестве платы за привлеченные средства. Итоговый расчет цены капитала рассмотрим в табл. 10.

Таблица 10

Цена капитала для финансирования инвестиций

Источники финансирования	ИС1		ИС2	
	Удельный вес, коэф.	Цена капитала, %	Удельный вес, коэф.	Цена капитала, %
Собственные средства	0,384	20,0	0,384	18,0
Привлеченные средства	0,188	18,0	0,390	20,0
Заемные средства	0,428	13,6	0,577	13,6
ИТОГО	1,000		1,000	

Источник: составлено автором. ИС – инвестиционная стратегия.

Рассчитаем средневзвешенную цену капитала для каждой из стратегий.

$$WACC(ИС1) = 20\% \times 0,384 + 18\% \times 0,188 + (16\% \times (1 - 0,15) \times 0,428) = 16,9\%.$$

$$WACC(ИС2) = 20\% \times 0,384 + 18\% \times 0,39 + (16\% \times (1 - 0,15) \times 0,5784) = 22,6\%.$$

Оценка эффективности инвестиций для каждой финансово-инвестиционной стратегии представлена в табл. 11-16.

Таблица 11

Формирование прибыли от продажи турпродуктов по ИС1, тыс. руб.

Показатели	Виды турпродуктов												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Цена, ед.	27	7,3	73	8,3	16	50	18	42	13	10	11,2	96	9,4
Переменные затраты на ед.	23,9	7	68	7,1	14,3	48,45	17,2	39,7	11,9	9,7	10,8	92	7,9
Валовая маржа на ед.	3,1	0,3	5	1,2	1,7	1,55	0,8	2,3	1,1	0,3	0,4	4	1,5
Постоянные затраты на ед.	2,98	0,10	0,71	0,65	0,27	0,7	0,72	1,06	0,68	0,25	0,39	0,24	0,4

Показатели	Виды турпродуктов												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Прибыль от продаж на ед.	0,12	0,19	4,29	0,55	1,43	0,85	0,08	1,24	0,42	0,05	0,01	3,76	1,1
Объем продаж, ед.	1140	144	96	780	168	132	396	252	516	264	324	24	564
Общая прибыль от продаж	136,8	28,08	412,13	429	240,24	112,2	31,68	312,48	216,72	13,2	3,24	90,24	620,4
Итого: прибыль от продаж турпродуктов по ИС1 – 2646,41													

Чистая прибыль (ИС1) = 2646,41 × (1 – 0,15) = 2249,45 руб.

Таблица 12

Формирование прибыли от продажи турпродуктов по ИС2, тыс. руб.

Показатели в год	Виды турпродуктов		
	1	2	3
Цена, ед.	73	13	6
Переменные затраты на ед.	71,6	12,44	5,99
Валовая маржа на ед.	1,4	0,56	0,01
Постоянные затраты на ед.	0,12	0,02	0,01
Прибыль от продаж на ед.	1,28	0,54	0,001
Объем продаж, ед.	432	4080	37200
Общая прибыль от продаж	552,96	2211,36	37,2
Итого: прибыль от продаж турпродуктов по ИС2			2801,52

Чистая прибыль (ИС2) = 2801,52 × (1 – 0,15) = 2381,9 руб.

Амортизационные отчисления приравниваем к 0, величину чистой прибыли примем в качестве денежного потока (CF). Обе стратегии предполагают трехлетний регулярный CF.

Важным моментом в работе турфирмы не только при разработке и реализации ИС является учет рисков. Наличие разноуровневых партнеров при частом банкротстве туроператоров, авиакатастрофы, природные катаклизмы и иные непредвиденные ситуации более часты, чем в ином бизнесе. Оценку экономических рисков можно сопоставить только с объемом продаж турпродуктов. Согласно указанным ранее вариантам ИС получим следующие результаты:

$$Rf(ИС1) = \frac{L}{I} = \frac{2249,45 \cdot 0,5}{4350} = 0,26; \quad (1)$$

$$Rf(ИС2) = \frac{L}{I} = \frac{2381,29 \cdot 0,2}{4360} = 0,11. \quad (2)$$

Принятие решений в условиях риска является психологическим процессом. Поэтому наряду с математической обоснованностью приходится учитывать проявляющуюся при реализации рискованных решений психологическую оценку, выраженную в вероятности наступления риска. Величину возможного убытка можно определить как произведение чистой прибыли предприятия и вероятной степени риска. В наших расчетах более высокий коэффициент вероятности (0,5) приняли для стратегии ИС1, поскольку в период ее реализации планируется разработка международного туристского продукта, что влечет высокую долю политических, форс-мажорных и иных рисков. ИС2 предполагает турпродукты, разработка которых основана прежде всего на региональных аттракторах.

Зная средневзвешенную стоимость капитала и получив значение инвестиционного риска, определим ставку дисконта в 25%.

Рассчитаем интегральный эффект по каждому из предложенных ИС (табл. 13).

Таблица 13

Расчет NPV для оценки инвестиций по ИС1 и ИС2
(составлено автором на основе [4])

Год	Коэффициент дисконтирования (PVI _{Fn})	ИС1		ИС2	
		Денежный поток	Текущая стоимость	Денежный поток	Текущая стоимость
0	1	- 4350	- 4350	- 4360	- 4360
1	0,800	2035,25	1799,56	2381,29	1905,03
2	0,640	2035,25	1439,65	2381,29	1524,03
3	0,512	2035,25	1151,72	2381,29	1219,22
NPV		40,92		288,28	

Рассчитаем срок окупаемости инвестиций (табл. 14).

Таблица 14

Расчет срока окупаемости инвестиций по ИС1 и ИС2 (составлено автором)

Показатель	ИС1	ИС2
Сумма денежных потоков за период реализации стратегии, тыс. руб.	6748,34	7143,88
Срок окупаемости	1 г. 11 мес.	1 г. 10 мес.

Определим рентабельность инвестиций по каждой из стратегий:

$$PI(ИС1) = 1 + 40,92/4350 = 1,01; \quad (3)$$

$$PI(ИС2) = 1 + 288,28/4360 = 1,07. \quad (4)$$

Расчет внутренней нормы доходности упрощен, поскольку проекты, предусмотренные как первой, так и второй стратегиями, генерируют постоянную величину чистых денежных потоков, поэтому отношение инвестиций

к размеру годового денежного потока определит значение фактора текущей стоимости аннуитета. Для ИС1 внутренняя норма доходности – 26%, а для ИС2 – 29%.

Сравним ИС1 и ИС2 по основным показателям эффективности инвестиций (табл. 15).

Таблица 15

Сравнительная оценка эффективности инвестиций по ИС1 и ИС2
(составлено автором)

Показатели	ИС1	ИС2
Чистая текущая стоимость	40,92	288,28
Срок окупаемости	1 г. 11 мес.	1 г. 10 мес.
Рентабельность инвестиций	1,01	1,07
Внутренняя норма доходности	26%	29%

Рассмотрев в деталях ИС1 и ИС2, становится ясно, что при регулярных CF, положительных значениях чистой текущей стоимости и иных показателей оценки эффективности инвестиций обе стратегии предполагают успешную реализацию. Но с точки зрения эффективности вложений и более короткого срока окупаемости инвестиционная стратегия №2 наиболее интересна. В сравнительном анализе альтернативных проектов критерий внутренней нормы доходности можно использовать достаточно условно. Значение внутренней нормы доходности для ИС2 больше, чем для ИС1.

Выбор в пользу второго варианта инвестиционной стратегии определен возможностью вариаций источников финансирования разной стоимости (табл. 16).

Таблица 16

Состав инвестиций для реализации инвестиционной стратегии ООО «Х» [10]

Направления инвестирования	Общий объем инвестирования, тыс. руб.	В том числе по инвестиционным проектам, тыс. руб.		
		1	2	3
Создание и развитие туристского комплекса	1229,110	532,410	396,700	300
Транспорт	800	263,5	186,5	350
Восстановление и реставрация памятников истории и культуры	550	–	–	550
Сохранение природно-ландшафтного комплекса и обеспечение благоприятной экологической обстановки	106,5	86	4	16,5
Строительство и реконструкция объектов турагрокомплекса	1158,88	714,98	443,9	–

Направления инвестирования	Общий объем инвестирования, тыс. руб.	В том числе по инвестиционным проектам, тыс. руб.		
		1	2	3
Совершенствование услуг торговли	79,102	64	15,102	–
Возрождение и развитие народных промыслов, ремесел	36	36	–	–
Оборудование	60	7,7	49,8	2,5
Создание офиса продаж	329,408	61	267,4	1,008
Затраты на НИОКР	11	2	9	–
Итого	4360	1767,59	1372,40	1220,01

Источник: составлено автором.

Для реализации избранной стратегии на предприятии нужно:

1. Создать структуру «центр инвестиций», в состав которой войдут лица, выполняющие следующие функции:

- привлечение и аккумулирование финансовых средств;
- взаимодействие и работа с участниками проектов;
- координация мероприятий;
- координация взаимодействия функциональных стратегий;
- контроль за созданием и введением в эксплуатацию объектов туристского назначения;
- контроль за своевременным выполнением мероприятий стратегии;
- контроль за целевым использованием финансовых средств;
- проведение экологической оценки по мероприятиям, связанным с реализацией проектов;
- организация информационного, рекламного обеспечения и подготовки кадров.

2. Сформировать и распределить набор техзаданий для исполнителей всех уровней.

3. Регламентировать инвестиционные программы для всех участников, реализующих ИС.

4. Нанять команду, воплощающую реализацию ИС.

5. Создать систему семинаров для имеющегося персонала по внедрению корпоративной и инвестиционной культуры.

Автором апробирована методика на десятках турпредприятий Воронежской области (табл. 17).

Таблица 17

Показатели инвестиционной стратегии туристских предприятий
(составлено автором)

Туристское предприятие	Период реализации инвестиционной стратегии, лет	NIS, тыс. руб.	WACC, %	Rf	Di, %	NPV	PbP	PI	IRR, %
1	3	4360	16,9	0,11	25	288,3	1,1	1,07	29
2	7	1600	12	0,25	20	581	3,47	1,03	22
3	2	2200	24	0,18	32	317	1,16	1,14	38
4	3	4879	19,2	0,33	28	72,5	1,84	1,02	30
5	5	8256	11	0,03	14	18	3,43	1,01	15
6	2	1940	8	0,01	12	32,4	1,66	1,02	13
7	4	12410	18	0,8	20	41,6	2,58	1,01	22
8	2	2500	13	0,4	24	5,9	1,45	1	25
9	4	5600	10	0,28	16	24,6	2,79	1,01	17,5
10	3	3200	27	0,1	32	156	1,7	1,05	36

Учет методических особенностей разработки инвестиционных стратегий в туризме особенно актуален ввиду активного развития отрасли в последние годы [2, 5]. Наличие грамотной ИС приведет к более эффективным финансовым результатам. Контроль и внедрение современных процессов позволит более конкурентной стратегии занять достойное место для удовлетворения желаний инвестора и компании, принявшей на себя обязательство по реализации.

Список источников

1. Байчоров М.У. Формирование методологической базы оценки эффективности инновационно-инвестиционных проектов с учетом региональных особенностей // *Инновации и инвестиции*, 2016, no. 5, с. 33-35.
2. Боголюбов В.С. *Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве*: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений. Москва, Академия, 2008.
3. Гречишкина М.В., Вахник Д.Е. Выбор оптимального варианта инвестиций (оптимизационный подход) // *Финансовый менеджмент*, 2003, no. 3, с. 72-79.
4. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов: (Вторая редакция). М-во экон. РФ, М-во фин. РФ, ГК по стр-ву, архит. и жил. политике; авт. кол.: В.В. Коссов, В.Н. Лившиц, А.Г. Шахназаров. Москва, ОАО «НПО Изд-во «Экономика», 2000.
5. Огурцова Е.В. Особенности и проблемы финансового анализа туристских фирм. Саратов. гос. ун-т им. Н.Г. Чернышевского // *Туризм и культурное наследие: межвуз. сб. науч. тр.* Вып. 1. Доступно: <http://www.sgu.ru>ИИиМО>.../practice.tur.4.php/> (дата обращения: 23.05.2019).
6. Розничная торговля, услуги населению, туризм: Федеральная служба

государственной статистики. Доступно: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/torg/tur/7-1.xlsx/ (дата обращения: 23.05.2019).

7. Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. № 941-р. Доступно: <https://www.russiatourism.ru/> (дата обращения: 23.05.2019).

8. Сушкова Н.С. Особенности разработки и реализации инвестиционной стратегии туристского предприятия // *Вестник Воронеж. гос. ун-та. Серия: Экономика и управление*, 2010, no. 2, с. 77-81.

9. Сушкова Н.С. Совершенствование разработки инвестиционной стратегии на предприятиях туризма РФ // *ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия*, 2011, no. 1, с. 16-19.

10. Сушкова Н.С. Финансово-инвести-

ционная деятельность в туристической индустрии: учебно-методическое пособие. Воронеж, Кварта, 2019.

11. Трещевский Ю.А., Круглякова В.М. Базовые стратегии развития инвестиционной деятельности в регионах ЦФО // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2015, no. 3, с. 27-38. Доступно: <https://meps.econ.vsu.ru/meps/article/view/370/> (дата обращения: 23.05.2019).

12. Уланов В.Л. Оценочные показатели как ориентир при принятии эффективного решения в минерально-сырьевом бизнесе // *Минеральные ресурсы России. Экономика и управление*, 2018, no. 2, с. 30-33.

13. Чернов В.А. Инвестиционная стратегия: учеб. пособие для вузов. Москва, Юнити-Дана, 2003.

14. Чудновский А.Д., Жукова М.А. *Управление индустрией туризма России в современных условиях*: учеб. пособие. Москва, КноРус, 2007.

THE METHODOLOGICAL PECULIARITIES OF THE INVESTMENT STRATEGY DEVELOPMENT IN TOURISM AND THEIR PRACTICAL APPLICATION

Sushkova Natalya Sergeevna, Cand. Sc. (Econ.)

Voronezh state university, Universitetskaya pl., 1, Voronezh, Russia, 394006; e-mail: sns@vrn-tc.ru

Purpose: the author considers the methodological features of the investment strategy development adapted to the modern tourist market in the Russian Federation. The author made the analysis and selection of existing methods for investment strategy creation and implementation. The author tried to reflect the financial and economic features of the industry in proposed approach. *Discussion:* the author defines the main directions of obtaining the initial information. Likewise the author characterized the state and prospects of the industry. Similarly the author studied the place of the Voronezh region in comparison of available resources with investment activity. *Results:* the author offered the effective methods of investment strategy development for the enterprise formed taking into account economic features of tourist branch functioning. The author tested and adapted proposed method to the market conditions for a particular tourist company on the basis of the revealed methodological features for the investment strategy development. The author gave the examples of calculations and made the selection of most effective strategy. In addition the author determines the directions of development for a number of alternative investment strategies.

Keywords: investment strategy, efficiency, methods, tourist enterprise.

References

1. Bajchorov M.U. Formirovanie metodologicheskoy bazy ocenki effektivnosti innovacionno-investicionnykh proektov s uchetom regionalnykh osobennostej [Formation of the methodological basis for evaluating the effectiveness of innovation and investment projects, taking into account regional characteristics]. *Innovacii i investicii*, 2016, no. 5, pp. 33-35. (In Russ.)
2. Bogolyubov V.S. *Finansovyy menedzhment v turizme i gostinichnom xozyajstve* [Financial management in tourism and hotel industry]: ucheb. posobie dlya studentov vyssh. ucheb. zavedenij. Moscow, Akademiya, 2008. (In Russ.)
3. Grechishkina M.V., Vakhnik D.E. Vybor optimal'nogo varianta investitsiy (optimizacionnyj podkhod) [Choosing the best investment option (optimization approach)]. *Finansovyy menedzhment*, 2003, no. 3, pp. 72-79. (In Russ.)
4. Metodicheskie rekomendacii po ocenke effektivnosti investicionnykh proektov [Methodological recommendations for evaluating the effectiveness of investment projects]: (Vtoraya redakciya). M-vo ekon. RF, M-vo fin. RF, GK po str-vu, arkhiv. i zhil. politike; avt kol.: V.V. Kossov, V.N. Livshits, A.G. Shakhnazarov. Moscow, OAO «NPO Izd-vo «Ekonomika», 2000. (In Russ.)

5. Ogurtsova E.V. Osobennosti i problemy finansovogo analiza turistskikh firm [Features and problems of financial analysis for tourist companies]. Saratov. gos. un-t im. N.G. Chernyshevskogo. *Turizm i kulturnoe nasledie: mezhvuz. sb. nauch. tr.* Vyp. 1. Available at: <http://www.sgu.ru>IIiMO>.../practice.tur.4.php/> (accessed: 23.05.2019). (In Russ.)
6. Roznichnaya trgovlya, uslugi naseleniyu, turizm: Federalynaya sluzhba gosudarstvennoj statistiki [Retail trade, public services, tourism: Federal state statistics service]. Available at: http://www.gks.ru/ free_doc/new_site/business/torg/tur/7-1.xlsx/ (accessed: 23.05.2019). (In Russ.)
7. Strategii razvitiya turizma v Rossijskoj Federacii na period do 2020 goda [Tourism development strategies in the Russian Federation until 2020]. Rasporyazhenie Pravitelystva Rossijskoj Federacii ot 31 maya 2014 g. no. 941-r. Available at: <https://www.russiatourism.ru/> (accessed: 23.05.2019). (In Russ.)
8. Sushkova N.S. Osobennosti razrabotki i realizacii investicionnoj strategii turistskogo predpriyatiya [Features of development and investment strategy implementation for the tourist enterprise]. *Vestnik Voronezh. gos. un-ta.* Ser.: Ekonomika i upravlenie, 2010, no. 2, pp. 77-81. (In Russ.)
9. Sushkova N.S. Sovershenstvovanie razrabotki investicionnoj strategii na predpriyatiyakh turizma RF [Improving the investment strategy development at tourism enterprises in the Russian Federation]. *FES: Finansy. Ekonomika. Strategiya*, 2011, no. 1, pp. 16-19. (In Russ.)
10. Sushkova N.S. *Finansovo-investicionnaya deyatel'nost' v turindustrii* [Financial and investment activities in the tourism industry]: uchebno-metodicheskoe posobie. Voronezh, Kvarta, 2019. (In Russ.)
11. Treshchevskij Yu.A., Kruglyakova V.M. Bazovye strategii razvitiya investicionnoj deyatel'nosti v regionax TSFO [Basic strategies for the development of investment activities in the Central Federal district]. *Sovremennaya ekonomika: problemy i resheniya*, 2015, no. 3, pp. 27-38. Available at: <https://meps.econ.vsu.ru/meps/article/view/370/> (accessed: 23.05.2019). (In Russ.)
12. Ulanov V.L. Ocenochnye pokazateli kak orientir pri prinyatii effektivnogo resheniya v mineral'no-syryevom biznese [Estimates as a guide in making effective decisions in the mineral and raw materials business]. *Mineralnyye resursy Rossii. Ekonomika i upravlenie*, 2018, no. 2, pp. 30-33. (In Russ.)
13. Chernov V.A. Investicionnaya strategiya [Investment strategy]: ucheb. posobie dlya vuzov. Moscow, Yuniti-Dana, 2003. (In Russ.)
14. Chudnovskij A.D., Zhukova M.A. *Upravlenie industriy turizma Rossii v sovremennykh usloviyakh* [Management of tourism industry in Russia in modern conditions]: ucheb. posobie. Moscow, KnoRus, 2007. (In Russ.)