

Ахмаджанов М.А.

ВЕКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ

M.A. Akhmadzhanov

VECTORS IMPROVING THE INVESTMENT ACTIVITY IN TOURISM

УДК: 330. 332. 54.

Рассматриваются пути повышения эффективности инвестиционной деятельности.

The examine the ways raises effectives of investing attractive.

Любой инвестор заинтересован в надежности и эффективности собственных вложений. Поэтому система управления инвестиционным процессом, построенная на учете объективных интересов инвесторов и собственников объектов инвестирования, будет эффективна на любом уровне и в любом месте.

Реализация инвестиционной политики осуществляется через механизм управления инвестиционным процессом. Для формирования и «сборки» этого механизма необходимо четко представить его характер, особенности и внутреннее содержание.

Управление проектом представляет собой процесс управления людскими, финансовыми и материальными ресурсами на протяжении всего цикла осуществления с применением современных методов управления для достижения определенных в проекте результатов [1. с 39].

Процесс управления в целом может быть охарактеризован, как система упорядоченных знаний в виде концепций, теорий, принципов, способов и форм управления, способность эффективно применять данные науки управления в конкретной ситуации целенаправленное информационное воздействие на людей и экономические объекты, осуществляемое с целью направить их действия и получить желаемые результаты. Как процесс - совокупность управленческих действий, которые обеспечивают достижение поставленных целей путем преобразования ресурсов на входе системы, совокупность структур и хозяйствующих субъектов, обеспечивающих использование и координацию всех ресурсов социальных систем для достижения их целей.

Механизм управления инвестиционным процессом – это совокупность, взаимоотношения и соотносительность организационных, управленческих, информационных, технических и морально-психологических аспектов, способствующих успешному осуществлению инвестиционного процесса и повышению эффективности его результатов. Элементы механизма управления:

- 1) организационные формы инвестиционных отношений;
- 2) формы управления инвестициями;
- 3) методы осуществления инвестиций;

4) методы оценки эффективности результатов инвестиций;

5) порядок формирования и использования инвестиционных фондов;

6) инвестиционное законодательство;

7) морально-психологические методы воздействия на инвестиционную активность;

8) методы информационно-технического оснащения инвестиционного процесса.

Задача инвестиционного менеджера состоит в выделении наиболее существенных воздействий, их формализация и расчет совокупного эффекта. Покрытие потребности в капитале следует показывать по каждому источнику: собственные средства предприятия, акционерный капитал, заемное финансирование и т.д. при этом важно выбрать формы привлечения капитала и, прежде всего, решить вопрос, наращивать ли собственный капитал или привлечь заемный. Как правило, у предприятия на финансирование объектов не хватает собственных средств, в связи, с чем практически всегда привлекаются внешние источники, а для этого необходимо предварительно определиться с отдельными инвесторами.

На уровне туристического предприятия управление инвестиционной деятельностью осуществляется в соответствии с инвестиционной стратегией предприятия и направлено на реализацию основных целей предприятия:

- обеспечение высоких темпов технико-экономического развития за счет эффективной инвестиционной деятельности;
- максимизацию прибыли от инвестиционной деятельности;
- минимизацию рисков инвестиционной деятельности;
- обеспечение хозяйственной устойчивости и платежеспособности предприятия в процессе инвестиционной деятельности.

Для оценки качества (результативности) управления инвестиционной деятельностью может быть предложен коэффициент, рост которого показывает динамику рассматриваемой результативности (Кр ин. д.), расчет по формуле:

$$\text{Кр ин.д} = \frac{\text{Темп роста прибыли (дохода)} / \text{темп роста использованных инвестиций}}$$

По динамике данного коэффициента за ряд лет можно судить о степени хозяйственной устойчивости предприятия и более объективно обосновывать

мероприятия, направленные на развитие материально-технической базы предприятия.

Для коренного повышения качества управления инвестиционной деятельностью на туристических предприятиях требуется подготовка специалистов в вузах, там, где есть соответствующие научно-педагогические кадры и сложившиеся научные школы по тематике инвестиционного проектирования, управления и стимулирования инвестиционной деятельности. На современном этапе все большее число организаций осознают необходимость сознательного перспективного управления инвестиционной деятельностью на основе научной методологии предвидения ее направлений и форм, адаптации к общим целям развития предприятия и изменяющимся условиям внешней инвестиционной среды.

Эффективным направлением перспективного управления инвестиционной деятельностью организации, подчиненного реализации целей ее общего развития в условиях происходящих существенных изменений макроэкономических показателей, системы государственного регулирования рыночных процессов, конъюнктуры инвестиционного рынка и связанной с этим неопределенностью, выступает управление инвестиционной деятельностью предприятия на принципах стратегического менеджмента.

В основе такого управления лежит инвестиционная стратегия предприятия.

Бясов К.Т. определяет инвестиционную стратегию как «систему долгосрочных целей инвестиционной деятельности организации, определяемых общими задачами ее развития и инвестиционной идеологией, а также выбор наиболее эффективных путей их достижения» [2].

Инвестиционную стратегию можно представить как генеральное направление (программу, план) инвестиционной деятельности организации, следование которому в долгосрочной перспективе должно привести к достижению инвестиционных целей и получению ожидаемого инвестиционного эффекта.

Разработка инвестиционной стратегии фирмы является довольно сложным творческим процессом, требующим высокой квалификации исполнителей. Прежде всего, формирование стратегии базируется на прогнозировании отдельных условий осуществления инвестиционной деятельности (инвестиционного климата) и конъюнктуры инвестиционного рынка, как в целом, так и в разрезе отдельных его сегментов, что является довольно трудоемким процессом.

Исходной предпосылкой разработки инвестиционной стратегии является общая стратегия экономического развития предприятия. По отношению к ней инвестиционная стратегия носит подчиненный характер и должна согласовываться с ней по целям и этапам реализации.

Инвестиционная стратегия при этом рассматривается как один из главных факторов обеспечения эффективного развития компании в соответствии с избранной ею общей экономической стратегией.

На первом этапе данного процесса будут формироваться стратегические цели инвестиционной деятельности, которые должны исходить, прежде всего, из системы целей общей стратегии экономического развития. Эти цели могут быть сформированы в виде обеспечения прироста капитала; роста уровня прибыльности инвестиций и суммы дохода от инвестиционной деятельности; изменения технологической и воспроизводственной структуры капитальных вложений; изменения отраслевой и региональной направленности инвестиционных программ и т.п.

При этом формирование стратегических целей инвестиционной деятельности должно увязываться со стадиями жизненного цикла и целями хозяйственной деятельности предприятия. Реализации стратегических целей инвестиционной деятельности осуществляется по двум направлениям. Одно из них охватывает разработку стратегических направлений инвестиционной деятельности, другое – разработку стратегии формирования инвестиционных ресурсов. Этот этап является наиболее ответственным и сложным.

Разработка стратегических направлений инвестиционной деятельности базируется на системе целей этой деятельности. Выбор того или иного направления инвестиционной деятельности существенно зависит от стадий жизненного цикла предприятия. На стадии зарождения требуются большие инвестиции, поскольку компания создает свои конкурентные преимущества. Она вкладывает средства в НИОКР, сбыт, сервис. Если компания вложила средства в создание конкурентных преимуществ, она займет сильную конкурентную позицию. Компании со слабой конкурентной позицией на всех стадиях жизненного цикла могут выбрать уход для прекращения своих потерь.

В стадии роста естественна стратегия роста компании с расширением рынка. Компании требуются значительные вложения для поддержания своего успеха. Одновременно компании стараются консолидировать существующие маркетинговые ниши и войти в новые. Следовательно, компании должны вкладывать ресурсы в маркетинг, кроме того, они должны окончательно выбрать свою базовую стратегию (например, слабые компании фокусирование).

Литература:

1. Герасименко Г. Управленческий, финансовый и инвестиционный анализ Экономика и управление 2008.
2. Головань С. Бизнес-планирование и инвестирование М: Феникс 2009.

Рецензент: д.э.н. Балбаков М.Б.