

И.А. Шамардина*Белорусский государственный экономический университет, makovik@rambler.ru*

Согласно последним исследованиям, представленным в Докладе о мировых инвестициях, говорится о новом росте ПИИ в мировой экономике, спровоцированным секторами экономики, ориентированными на потребителя. ПИИ перенаправляются в секторы, производящие потребительские продукты, включая продовольствие, ИКТ, финансы, розничную продажу и туризм [1, с. 38].

В условиях ограниченности ресурсов, возникает повышенный спрос к международным инвестициям в туристическую отрасль. Однако по последним данным туризм остается относительно неглобализированной отраслью экономики, например, в сравнении с такими как телекоммуникации или финансы. На туризм приходится не более 2% общих накопленных зарубежных инвестиций из крупнейших стран–доноров и еще более скромная доля накопленных ПИИ в крупнейших странах–реципиентах [2].

ПИИ в туризме широко представлены преимущественно в развитых странах. Происходит их постепенный рост в развивающихся, однако доля не превышает 10%. В региональном разрезе крупнейшими реципиентами инвестиций в туризм являются страны Латинской Америки, Карибского региона и Азии, наименьшая доля инвестиций поступает в Африку и страны Тихоокеанского региона [2].

Основными донорами международных инвестиций в туризм традиционно были США, Англия, Франция, Канада, однако в настоящий период наблюдается тенденция в возрастании инвестиционных потоков в направлении Юг–Юг (Сингапур, Гонконг, ОАЭ, Куба, Малайзия, Польша, Южная Африка, Маврикий) [2].

Однако существуют некоторые проблемы в определении сущности и динамики международного инвестирования в туризм. Фактические данные по абсолютным размерам инвестиций в туризме в официальных источниках отсутствуют или представлены в структуре с другими отраслями. В некоторых источниках указывается их совершенно малая доля. Обращаясь к международной ПИИ–статистике, можно отметить, что такие основные подсекторы как «Гостиницы и рестораны», «Воздушный транспорт», «Туризм» и др. представлены либо отдельно, либо объединены в разные подкатегории. Это значительно усложняет достоверную оценку международного инвестирования в туризм, а также препятствует объективному принятию инвестиционных решений как со стороны инвесторов, так и со стороны регулирующих органов, национальных инвестиционных агентств.

Другая проблема оценки международных инвестиций в туризме связана с формой инвестиционного участия. Так, в туризме СИП реализуются в основном в области гостиничного бизнеса в развитых странах. Гринфилд–инвестирование характерно для курортного туризма. В свою очередь неакционерные формы участия инвесторов включают лизинговые соглашения, управленческие и

маркетинговые контракты, франчайзинг. Эти формы, как правило, не отражаются в ПИИ–статистике, однако могут иметь те же эффекты, что и при акционерной форме участия: управленческий контроль, трансфер технологий и знаний, доступ к рынкам [4]. Например, франчайзинг реализуется в гостиничном, ресторанном обслуживании, создании турагентств и туроператоров, прокате транспортных средств.

Для инвестиций в туризме характерна вертикальная интеграция компаний, которые объединяются по иерархической вертикальной цепочке формирования продукта под управлением одного владельца. Например, вертикальная интеграция предприятий весьма распространена в туризме с участием гостиничных групп (например, Sol Meliá и Club Med), которые инвестируют в распределительные сети (туроператоров и турагентств) [2].

В качестве иностранных инвесторов в туризме могут выступать фирмы или индивидуальные предприниматели. Accor, Four Seasons и Hilton – примеры крупных корпоративных инвесторов. Sol Kerzner из Южной Африки и Prince Waleed bin Talal из Саудовской Аравии – примеры индивидуальных инвесторов. Существуют также туристические ТНК (Colony Capital и Mercury Tourism), которые принадлежат инвестиционным фондам, в частности Британскому и Американскому пенсионным фондам [3].

Кроме того, существуют особенности инвестирования в зависимости от вида турдеятельности. Так, крупнейшие мировые ТНК в *гостиничном секторе* происходят из развитых стран. Что касается формы инвестирования в гостиничном бизнесе, то они отличаются в зависимости от региона. В Азии, например, предпочтительно акционерное участие инвестора, в то время как в Северной Америке – франчайзинговые и управленческие контракты. *Туроператоры и «оптовые»* продавцы турпродукта обычно входят в вертикально интегрированные предприятия или напрямую связаны с турагентствами. Инвестирование в *авиапредприятия* обычно осуществляется в неакционерной форме – стратегических альянсов с компаниями по прокату автомобилей, гостиницами, оптовиками, круизными, финансовыми фирмами [3].

Таким образом, учитывая актуальные тенденции и существующие особенности международного инвестирования в туризм, следует отметить особую актуальность дальнейших исследований в этой области. Республика Беларусь нацелена на развитие международного туризма в стране, в то же время препятствием реализации этой цели является отсутствие первоначальных капитальных средств. Привлечение международных инвестиций в этот сектор экономики, позволил бы решить данную проблему. Для этого, прежде всего, следует: расширить законодательное определение туриндустрии (в соответствии с ВСТ); ориентироваться на инвестиционных партнеров из развивающихся стран, партнеров интеграционных объединений; развивать национальное малое и среднее предпринимательство в области туризма, учитывая преимущественную неакционерную форму участия глобальных инвесторов, а также возможность избежания утечек национального дохода в случае прихода ТНК на белорусский рынок; ориентироваться не только на въездной туризм как источник экспортных поступлений, но также на формирование устойчивого внутреннего спроса на национальный турпродукт.

Список использованных источников:

1. World Investment Report 2014. Investing in the SDGs: an Action Plan / UN : New York and Geneva. – 2014. – 264 p.
2. FDI in tourism: the development dimension UNCTAD. – 2009. – 186 p.
3. Promoting foreign investment in tourism / UNCTAD : New York. – 2010. – 78 p.
4. Endo, K. Foreign direct investment in tourism – flows and volumes / K. Endo // Tourism Management. – 2006. – № 27(4). – P. 600–614.