

## 4. АУДИТ

### 4.1. ВЫЯВЛЕНИЕ РИСКОВ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРОПЕРАТОРОВ В СФЕРЕ ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА

Гизятова А.Ш., к.э.н., доцент, докторант, кафедра «Аудит и контроль»

*Финансовый университет при Правительстве РФ*

Кризис туристской отрасли в Российской Федерации обозначил актуальность пересмотра основного формата государственного надзора за деятельностью туроператоров в сфере выездного туризма в сторону риск-ориентированного надзора. Риски финансово-хозяйственной деятельности туроператоров в сфере выездного туризма имеют отраслевую специфику. Приведены два подхода выявления и идентификации рисков туроператоров по стадиям бизнес-процессов.

Современные научные и повседневные подходы к прояснению неопределенности в любой из человеко-понимаемых сфер деятельности неразрывно связаны с оценкой вероятности наступления будущего события. В традиционном толковании содержание слова «риск» в своем лексическом значении в русском языке соотносится с вероятностью потери, угрозой. Справедливости ради необходимо отметить, что существуют и другие теоретические подходы к дискуссионному пониманию сути риска, например, как вероятности получить результат, отличный от ожидаемого. Иногда формулировка может звучать так: «Под риском следует понимать вероятность отклонения от цели, которую ставило перед собой предприятие».

Если есть необходимость определиться в дефиниции риска, то логично опереться на стандартизацию. Так, например, согласно ISO GUIDE 73:2009 «Risk management – Vocabulary – Guidelines for use in standards» и его перевода на русский язык как ГОСТ Р 51897–2011 / Руководство ИСО 73:2009 «Менеджмент риск. Словарь. Руководство по использованию в стандартах», риск – следствие влияние неопределенности на достижение поставленных целей. При этом под следствием влияния неопределенности понимается отклонение от ожидаемого результата или события (позитивное и / или негативное). Цели могут быть различными по содержанию и назначению. Риск можно характеризовать путем описания возможного события и его последствий или их сочетания. Риск часто представляют в виде последствий возможного события (включая изменения обстоятельств) и соответствующей вероятности. Неопределенность – это состояние полного или частичного отсутствия информации, необходимой для понимания событий, его последствий и их вероятностей.

Склоняясь все-таки к традиционной точке зрения, мы опираемся на посыл, что изначально конструктивно планируется, и ожидается нечто лучшее, благоприятное. Ход событий может пойти отлично от предполагаемого сценария и желаемого

результата. Вряд ли кто-то будет расстраиваться о том, что случилось лучшее, чем то, что он предполагал и к чему готовился.

В современном мире эксплицированность (выраженность) этого понятия в разных сферах приложения востребована. Туристская индустрия – это одна из сфер приложения предпринимательства и бизнеса, ее наличие косвенно призвано способствовать снятию социальной напряженности, расширению кругозора и общей образованности населения, организации отдыха трудового населения, формирования образа и культуры жизни, укрепления межкультурных связей, реализации познавательных склонностей человеческой психики. Именно поэтому сфера туризма становится одним из приоритетов социально-экономической политики государства.

Говоря о туристской деятельности, необходимо обозначить следующие ее формы:

- внутренний и международный (въездной, выездной) туризм;
- туроператорская и турагентская деятельности, самостоятельный туризм.

С позиции социальной ответственности и нанесения возможного максимального ущерба жизни, здоровью, имиджу российских туристов и членам их семьи наиболее значимым для государства является деятельность туроператоров в сфере выездного туризма [4, с. 51].

Выездной туризм включает следующие направления:

- культурно-познавательный туризм;
- активные виды туризма, такие, как спортивный и приключенческий;
- специализированный туризм, подразумевающий такие его разновидности, как экологический, научный, учебный, событийный, лечебно-оздоровительный, гастрономические туры, шоп-туры и др.;
- круизный – морские и речные круизы;
- деловой туризм, охватывающий так называемую индустрию MICE (деловые встречи, событийные мероприятия, конференции, инсентив-поездки). Однако следует отметить, что деловые поездки, поездки на конференции и т.п., как правило, организуются самостоятельно, самостоятельно, и, например, консульствами зарубежных государств учитываются обособленно от туристического потока.

Развитие туристской индустрии отмечается не высокой, но устойчивой динамикой роста. Количество турпоездок в мире в 2014 г. достигло 1,138 млрд., это на 4,7% больше по сравнению с 2013 г. Такой уровень темпа роста туристической индустрии в мире наблюдается стабильно: в 2013 г. темп роста по сравнению с предыдущим годом составил также 4,7%, в 2012 г. – 4,1%. За последние десять лет небольшое снижение в 3% в мировой туристической индустрии наблюдалось только в 2009 г. В туристической индустрии Российской Федерации наблюдаются схожие тенденции. В 2013 г. по сравнению с 2002 г. темп роста числа турфирм в РФ составил 300%, а темп роста средней численности работников за этот же период соответственно составил почти 170%. Анализируя динамику туристической отрасли в РФ, можно отметить, пусть и не быстрыми темпами, но все же стабильное интен-

сивное ее развитие в общем тренде развития мировой туриндустрии (табл. 1).

Вектор развития государственного надзора за деятельностью туроператоров в сфере выездного туризма в РФ должен быть направлен в сторону риск-ориентированного надзора. Его основная задача, по нашему мнению, заключается в том, чтобы позволить надзорному органу, имея систему раннего предупреждения кризисных состояний отдельных туроператоров, предотвратить системный кризис в туристской отрасли. Риск-ориентированный (пруденциальный) надзор в туристской отрасли мог бы осуществляться государственным органом исполнительной власти как комплекс мероприятий, имеющих превентивное значение, позволяющий на комплексной и регулярной основе проводить мониторинг ключевых индикаторов финансово-хозяйственной деятельности туроператоров в сфере выездного туризма с целью предупреждения (предвидения) кризисных состояний, которые могут повлечь системное ухудшение экономики туристской отрасли. В данном контексте это и предлагается нами в отношении модификации государственного надзора туристской отрасли.

Таблица 1

**СПРОС НА ВЫЕЗДНОЙ ТУРИЗМ<sup>1</sup>**

Год	Число отправленных туристов (граждан РФ), чел.
2003	5 640 000
2004	6 557 100
2005	6 784 700
2006	7 752 800
2007	9 369 000
2008	11 313 697
2009	9 542 107
2010	12 605 053
2011	14 495 894
2012	15 332 136
2013	18 291 737
2014	17 611 569

С целью идентификации риска необходимо понимание классификационного критерия. Классифицировать риски можно по различным критериям, классификационным признакам, что позволяет очертить место отдельного риска в определенной системе. Понятно, что универсальной классификации рисков быть не может, особенно с учетом уникальных вероятностей и отраслевой специфики. Классификация рисков довольно обширна.

Наиболее актуальные риски для туроператоров, работающих в сфере выездного туризма, условно можно разделить на внешние (источник возникновения – внешняя среда) и внутренние (источник возникновения – внутренняя среда туроператора), которые можно идентифицировать как неуправляемые и управляемые самим туроператором.

Таким образом, один из критериальных признаков – с точки зрения управления рисками – классифицирует как риски внешние (или общеэкономические), и внутренние (или хозяйственные). Оба риска обу-

словливают друг друга, воздействуют друг с другом и находятся в неразрывном единстве [11, с. 153]. Так, например, общий спад экономики страны вызывает системный спад туристской отрасли, особенно в сфере выездного туризма, и соответственно проявляется нисходящей волной развития в финансово-хозяйственной деятельности туроператоров, вплоть до банкротства отдельных субъектов (см. табл. 4). В то же время эти риски обладают и определенной степенью автономности, так как в условиях общего спада в отрасли тем не менее продолжают функционировать туроператоры, развивающиеся в силу жизненного цикла [5, с. 212].

Например, *внешние риски* для туроператоров, работающих в сфере выездного туризма, также можно попытаться классифицировать таким образом.

1. С точки зрения уровней экономики:
  - специфические риски, присущие данной отрасли;
  - риски уровня национальной экономики;
  - риски уровня мировой экономики.
2. Событийные риски:
  - природно-климатические риски;
  - политические риски;
  - риск эпидемий, эндемий заболеваемости;
  - административно-законодательные риски.
3. Финансово-экономические риски:
  - валютные риски;
  - риск банкротства ключевого партнера;
  - банковские риски;
  - страховые риски;
  - маркетинговые риски;
  - потребительские риски.
4. С точки зрения страховой защиты:
  - страховые;
  - нестраховые риски.

*Внутренние риски* туроператоров, работающих в сфере выездного туризма, обусловлены:

- стилем управления хозяйствующим субъектом;
- тактикой и стратегией менеджмента;
- диверсификацией сегментов бизнеса;
- человеческим фактором;
- источниками (долгосрочные / краткосрочные) финансирования бизнеса;
- составом имущества и качеством управления им;
- этапом жизненного цикла компании;
- степенью зависимости бизнеса от ключевого (доминирующего) поставщика / покупателя и др.

По нашему мнению, *риски финансово-хозяйственной деятельности* туроператоров означают неопределенность результатов в процессе ведения финансово-хозяйственной деятельности, а именно в части имущества, процесса оказания услуг, финансового результата, деловой репутации.

Согласно п. 30 Федерального правила (стандарта) аудиторской деятельности (ФПСАД) № 8 «Понимание деятельности аудируемого лица, среды, в которой она осуществляется, и оценка рисков существенного искажения аудируемой финансовой (бухгалтерской) отчетности», утвержденного постановлением Правительства РФ «Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности» от 23 сентября 2002 г. № 696, «риск хозяйственной деятельности может возникнуть вследствие каких-либо изменений или возникших сложностей в деятельности, в то же время, неспособность распознать необходимость внесения изменения в деятельность может также при-

<sup>1</sup> Источник: Федеральная служба государственной статистики (Росстат).

вести к риску. Изменение в деятельности может произойти, в частности, в результате разработки нового вида продукции, которая может оказаться неудачной, непредсказуемой реакции рынка, даже если разработан удачный вид продукции, а также упущений, которые приведут к возникновению обязательств и риску ухудшения репутации».

По временному критерию можно выделить *долгосрочные* и *краткосрочные* риски. Долгосрочный риск имеет вероятность постоянного проявления на всех уровнях управления экономикой. Самым наглядным примером может явиться инфляционный риск. Краткосрочный риск проявляется в определенном отрезке времени, например, риск неплатежа.

Оценку рисков финансово-хозяйственной деятельности туроператоров в сфере выездного туризма можно проводить по *бизнес-процессам*. Выбирая данный критерий, аналитик имеет возможность не только указать на причины возникновения рисков, но и проследить, как риски, складывающиеся на одной стадии, могут оказывать влияние на протекание последующих стадий и конечные результаты деятельности в целом. Описание основных последовательных бизнес-процессов позволяет получить системное видение кругооборота денежных средств, связанных с оказанием туристской услуги. Согласно ГОСТ Р ИСО 9000-2001 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь», процесс – совокупность взаимосвязанных или взаимодействующих хозяйственных операций, образующих определенную систему. Процессы в организации, как правило, планируются и осуществляются в управляемых условиях с целью поддержания менеджмента качества.

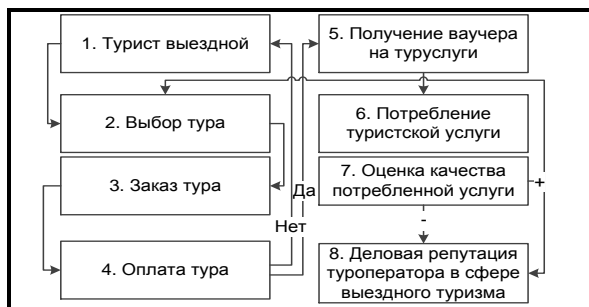


Рис. 1. Бизнес-процессы оказания туроператором туристской услуги туристу

Построение модели бизнес-процессов, в том числе и в деятельности туроператоров в сфере выездного туризма, – отдельная глобальная тема. Моделирование может строиться с различным уровнем охвата аспектов финансово-хозяйственной деятельности (широта), с различной степенью аналитичности операций (детальность) и т.д. Например, построение модели бизнес-процессов с учетом логики происходящих событий, с учетом последовательности выполняемых функций, с учетом хронологии действий, с учетом логики технологических процессов и т.д. Попыток построения модели бизнес-процессов туроператоров было немало. Многие из них успешно внедрены и функционируют на уровне отдельного бизнеса.

В рамках нашей статьи с позиции мониторинга деятельности туроператора в сфере выездного туризма представляет интерес попытка анализа и классификации рисков по стадиям операционных бизнес-процессов, т.е. переделам процесса, которые составляют основной бизнес компании, и создают основной поток доходов, притоков денежных средств от операционной деятельности – оказание туристской услуги по выездному туризму. Представим укрупненный алгоритм бизнес-процессов, предлагаемый по стадиям оказания туристской услуги выездному туристу, из восьми блоков (рис. 1). Анализ рисков по критерию бизнес-процессов позволяет выявить связь между факторами и как следствие событиями финансово-хозяйственной деятельности туроператора. Остановимся подробнее на разборе рисков на основе рис. 1.

Блок 1. Риски, связанные со спросом на рынке. Спрос выражается соотношением между ценой турпродукта и количеством ее потребления, которым потребители хотят и в состоянии приобрести. Рыночный спрос – это форма поведения потребителей, отражающая их готовность платить за приобретаемые услуги. Соотношение между индивидуальным и рыночным спросом выражают соотношением:  $Q = \sum q_{ij}$ , где  $q_{ij}$  – индивидуальный спрос на  $i$ -й запрос  $j$ -го потребителя.

Ценовая эластичность спроса – категория, характеризующая реакцию потребительского спроса на изменение цены на турпродукт, т.е. поведение покупателей при изменении цены в ту или иную сторону. Если понижение цены приводит к значительному увеличению спроса, то этот спрос считается эластичным. Если же существенное изменение в цене ведет лишь к небольшому изменению в количестве спрашиваемого турпродукта, то имеет место относительно неэластичный или просто неэластичный спрос. Степень чувствительности потребителей к изменению цены измеряют с помощью коэффициента ценовой эластичности спроса, представляющего собой отношение процентного изменения количества спрашиваемой услуги к процентному изменению цены, вызвавшему это изменение спроса:

$$E^D_p = \frac{Q_2 - Q_1}{(Q_2 + Q_1) / 2} / \frac{P_2 - P_1}{(P_2 + P_1) / 2}$$

где  $Q_1$  и  $Q_2$  – первоначальный и текущий объем спроса;

$P_1$  и  $P_2$  – первоначальная и текущая цена.

Теоретически, чем выше цена на турпродукт, тем ниже спрос, и наоборот. Неэластичный или относительно неэластичный спрос ( $E^D_p < 1$ ) означает незначительную чувствительность спроса к изменению цен, который при прочих равных условиях обеспечивает высокую отраслевую прибыльность.  $E^D_p > 1$  – спрос эластичен, чем выше этот показатель, тем эластичнее спрос.  $E^D_p = 1$  – имеет место спрос с единичной эластичностью, т. е. снижение цены на 1% приводит к росту объема спроса тоже на 1%. Иными словами, изменение цены на продукт в точности компенсируется изменением спроса на него.

Рассчитаем ценовую эластичность спроса от цены услуг туристской отрасли. Эластичность спроса от цены продукта можно рассчитать, например, по конкретному направлению туризма, турпродукта. Рассчитав [7] количество отправленных туристов по демократичному направлению до скидки на цену тура и после скидки в 10% на цену тура, выяснилось, что эластичность спроса на данный тур составила 2,8. Это означает, что если цена на данный тур снизится на 10%, то спрос вырастет на 28%. В данном случае спрос эластичен. Однако надо учитывать специфичность турпродукта либо турпакета, в определенных случаях при снижении цены турпродукта спрос на него ощутимо может и не измениться.

Например, как отмечают специалисты-эксперты [15], отмечается четкая связь между событием-фактором и результатом-следствием (табл. 2), примеры, приведенные в табл. 2, можно продолжать.

Таблица 2

**РЕАЛЬНЫЕ ПРИМЕРЫ ФАКТОРОВ, ПОВЛИЯВШИХ НА РЫНОЧНЫЙ СПРОС В СФЕРЕ ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА**

Период	Событие	Влияние на спрос и рынок
Конец 2010 г.	Прекращение деятельности «Капиталтура»	Недоверие туроператорам, падение спроса
Конец 2010 г.	Холера на о. Гаити. Рекомендация Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор) не посещать всю Доминиканскую Республику	Падение спроса на продажи туров в Доминиканскую Республику на 50%
Конец 2010 г.	Дорожно-транспортное происшествие в Египте, есть погибшие и пострадавшие	Отказы от поездок в Египет
Конец 2010 г.	Нападения акул на людей в Египте	Отказы от поездок в Египет
Конец 2010 г.	Политические беспорядки в Тунисе	Аннуляция туров, экстренный вывоз туристов
Конец 2010 г.	Ледяной дождь в Москве привел к авиационному коллапсу	Недовольство и жалобы пассажиров, туристов
Январь 2011 г.	Политические беспорядки в Египте	Остановлены продажи, аннуляции туров, практически нулевой спрос, досрочный вывоз туристов
Июль 2011 г.	Затонул теплоход «Булгария», погибло более 100 пассажиров	Резкое снижение спроса на круизные туры
Сентябрь 2011 г.	Авиакомпания «КавМинводАвиа» прекратила полеты, не предупредив туроператоров	Проблемы с вылетами и возвращением туристов

Период	Событие	Влияние на спрос и рынок
Ноябрь 2011 г.	Задержки в выдаче виз в консульстве Польской Республики	Проблемы у туристов, оплативших туры
Июнь 2013 г.	Введение визового режима с Хорватией	Снижение продаж в данном направлении на 20-30% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Туроператоры предлагают оформление срочных виз в подарок
Декабрь 2013 г.	Политические протесты в Бангкоке – столице Таиланда. Рекомендация Министерства иностранных дел РФ (МИД РФ) о нежелательности посещения Бангкока	Туроператоры снизили цену на 10-15% с целью поддержания турпотока
Осень 2014 г.	МИД РФ рекомендовал сотрудникам правоохранительных органов воздержаться от поездок в более чем 100 стран	Директор турфирмы «Нева» М. Пирогов сообщил, что причиной краха этого туроператора стало ограничение на выезд за границу сотрудников силовых структур и плохая экономическая ситуация [13]. Совокупность этих причин, по его словам, привела к тому, что доходы компании в первом полугодии 2014 г. упали на 25%. Усиление потока внутреннего туризма
Начало 2015 г.	Министр внутренних дел В. Колокольцев установил особый порядок, в соответствии с которым выезд полицейских за границу может быть осуществлен только с письменного разрешения руководителя территориального органа внутренних дел, заместителя министра или самого министра	Усиление потока внутреннего туризма
Январь 2015 г.	Рубль как российская валюта подешевел	На 46% снизился поток российских туристов в Таиланд по сравнению с январем 2014 г. Январь – традиционно высокий сезон в данном направлении

*Блок 2. Маркетинговые риски.* Подготовка и разработка новых турпродуктов, а также маркетинговые решения туроператора относительно нового туристского сезона (бронирование чартерных перевозок, места в отелях и т.д.) могут оказаться ошибочными по разным причинам: внешне- и внутриполитическим, природным, техногенным, эпидемии и эндемии, межхозяйственные связи и др. Маркетинговый риск – это риск недополучения прибыли в ре-

зультате снижения объема продаж туристских услуг, турпродуктов или цены турпродукта.

Иногда о маркетинговых рисках говорят как о рисках проекта или рисках инвестиционного проекта. Эти риски предполагают ухудшение показателей эффективности под влиянием неопределенности. В количественном выражении риск обычно определяется как изменение численных показателей проекта: чистой приведенной стоимости *NPV*, внутренней нормы доходности *IRR* и срока окупаемости *PB*. Причиной возникновения этих рисков может быть неприятие рынком нового турпродукта или слишком оптимистическая оценка туроператора будущего объема продаж по какому-то сегменту. Ошибки в планировании маркетинговой стратегии могут возникать главным образом из-за недостаточного изучения потребностей и состояния туристского рынка: неправильного позиционирования продукта, неверной оценки конкурентоспособности турпродукта или сегмента продаж, либо неверного ценообразования, выбор неправильного способа продвижения продаж и т.д. [2]. Выделяют качественную и количественную оценку таких рисков. Качественная оценка предполагает экспертную оценку рисков на основе логики. Количественный анализ рисков необходим для того, чтобы оценить, каким образом наиболее значимые рискованные факторы могут повлиять на показатели эффективности проекта. Существует несколько основных методик проведения количественного анализа: анализ влияния отдельных факторов (анализ чувствительности), анализ влияния комплекса факторов (сценарный анализ), имитационное моделирование (метод Монте-Карло).

Например, в июне 2013 г., по мнению экспертов, существенно подорвало сегмент туристского рынка в направлении Хорватии выход на рынок туроператора «Библио-Глобус», который запланировал отправить на отдых в эту страну 17 тыс. туристов и закупил на местные курорты 98 рейсов из Москвы и 33 из Санкт-Петербурга. «Компания заявила такие объемы перевозки, которые раньше предлагали операторы по данному направлению все вместе», – сказала руководитель отдела Хорватии туроператора «Русский экспресс» Ю. Жадан [6].

**Блок 3. Риски продаж.** Значительную конкуренцию туроператорам оказывают сами потенциальные туристы. Развитие интернет-технологий, систем онлайн бронирования проживания и передвижения, фрилансеры-гиды-экскурсоводы, мгновенный обмен информацией и свободный доступ к ней – все это приводит к тому, что туристы самостоятельно организуют свои путешествия, особенно в развитые в туристском отношении страны. Например, по некоторым экспертным оценкам, в развитых странах количество самостоятельных путешественников составляет 55-60% от общего количества туристов [16]. РФ, по-видимому, также будет выходить на эти цифры. По подсчетам экспертов, например, во внутреннем туризме на одного «организованного» российского туриста приходится семь самоорганизованных туристов-индивидуалов [8, с. 69]. По данным международной консалтинговой группы в области туризма IPK International, соотношение доли он-

лайн бронирования и бронирования через туркомпании достигает 60-70% на 40-30% соответственно [20].

Существует мнение, что количество туроператоров в мире вообще и в РФ в частности будет снижаться именно по этой причине. Приход на российских рынках в 2009-2010 гг. представителей транснациональных компаний-конкурентов, например, TUI Travel (TUI Russia & CIS) и Thomas Cook Group (HTK «Интурист») свидетельствует об этом процессе глобализации мировой экономики.

Однако тезис о том, что туроператорский бизнес себя изживает, и все будут путешествовать самостоятельно, сравним только с цитатой из любимого всеми советского кинофильма о том, что «не будет ни книг, ни театров, одно сплошное телевидение». Однозначно сохраняется востребованность в организованном планировании группового туризма в отношении:

- социального туризма для социально незащищенных групп населения (малообеспеченные многодетные семьи, малообеспеченные семьи с детьми, семьи с детьми-инвалидами, детский организованный отдых, малообеспеченные пенсионеры, медицинская реабилитация и др.), так как это связано с планированием расходов государственного бюджета разного уровня и принадлежности;
- паломнических групп, так как это связано со специфическим направлением тура и специфической группой населения;
- гастрономического туризма, так как это подразумевает организованную дегустацию для группы лиц;
- шоп-туров, так как это подразумевает скидки продавцов на товары по цене оптовой продажи;
- массовых традиционных направлений отдыха туристов в конкретный сезон, так как туроператор предлагает более выгодную цену за пакет тура по сравнению с самостоятельным путешествием за счет предоставленных оптовых цен поставщиками их услуг;
- стран и географических мест с недостаточно развитой местной туристской инфраструктурой и невозможностью самостоятельного планирования маршрута.

**Блок 4. Риски неплатежеспособности.** Основными плательщиками туроператора выступают непосредственно сами туристы либо их представители – турагенты. Данные расчеты характеризуются авансовой формой платежа, поэтому в этой составляющей сведены к минимуму [17, с. 13].

Однако в самой стадии данного бизнес-процесса заложен валютный риск, который особенно повышается в период кризиса рынка валют, нефти, ценных бумаг и т.д. В отношении выездных туристов цена турпакета формируется в иностранной валюте, как правило, в долларах США и евро. Стоимость тура пересчитывается по курсу национальной валюты к валюте цены тура на дату ее оплаты. Временной разрыв между оплатами поставщику туристских услуг и выкупленного тура может привести к значительным убыткам за счет курсовых разниц, причем, как и к дополнительному доходу. Валютный риск – это вероятность потерь при транзакциях с иностранной валютой, а также вероятность понести убытки от операций, номинированных в иностранной валюте. Одной из составляющих в устоявшихся западных методиках расчета риска потери платежеспособности

является оценка риска финансовых потоков (cash flow at risk, **CFaR**).

Современный подход к оценке валютного риска включает два различных, но дополняющих друг друга метода: метод оценки «величины под риском» (value-at-risk, **VAR**), базирующийся на анализе статистической природы валютного рынка, и метод анализа чувствительности портфеля к изменению параметров рынка – стрессовое тестирование (stress or sensitive testing) [18, с. 120].

**Блок 5.** Согласно ГОСТ Р 53522-2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения», туристский ваучер – информация, обеспечивающая возможность получения туристом (экскурсантом) туристской услуги или комплекса услуг, предусмотренных договором о реализации туристского продукта. Туристский ваучер – основной документ, гарантирующий туристу получение услуги в зарубежной стране.

Согласно п. 19 постановления Правительства РФ «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта» от 18 июля 2007 г. №452 «в случае если потребитель выезжает за пределы территории Российской Федерации, исполнитель обязан не позднее 24 часов до начала путешествия передать потребителю оригинал договора о реализации туристского продукта, документы, удостоверяющие право потребителя на услуги, входящие в туристский продукт, в том числе билет, подтверждающий право на перевозку (в том числе чартерную) до пункта назначения и обратно либо по иному маршруту, согласованному в указанном договоре (в случае если законодательством Российской Федерации предусмотрена выдача билета для соответствующего вида перевозки), ваучер, а также иные документы, необходимые потребителю для совершения путешествия. При оформлении билета в электронном виде потребителю выдается выписка из автоматизированной системы, содержащей сведения о перевозках». Данная мера была дополнительно прописана в 2014 г. с целью минимизации *рисков туристов от неполучения уже оплаченной услуги*.

**Блок 6. Риск неисполнения договора.** Хозяйственная практика показывает, что в кооперационных связях контрагенты зависят от возможной неплатежеспособности партнеров и как следствие неисполнения ими своих обязательств по договору [1]. При этом неплатежеспособность одного партнера отрицательно влияет на всех предпринимателей, задействованных в данной цепи финансово-экономического взаимодействия.

Например, в августе 2014 г. Центральный банк РФ отозвал у Закрытого акционерного общества (ЗАО) «Восхождение» лицензию на осуществление страхования. Решение принято в связи с неустранением компанией в установленный срок нарушений страхового законодательства. В феврале 2015 г. страховщик признан судом банкротом. Выступая на заседании суда, представитель акционера компании заявил, что по состоянию на 22 января 2015 г. поступило более 5 тыс. заявлений кредиторов на сумму свыше 490 млн. руб. Он также отметил, что активы компании в несколько раз меньше, чем сумма уже поданных претензий. В страховой компании

(СК) «Восхождение» были застрахованы несколько обанкротившихся туристических компаний, в частности «Нева» и «Лабиринт». Деятельность «Невы» была приостановлена 16 июля 2014 г., в результате чего пострадали более 6 тыс. чел. Ущерб, причиненный мошенническими действиями сотрудников турфирмы, составляет более 450 млн. руб. Туроператор «Лабиринт», проработавший на российском туристическом рынке 20 лет, объявил о приостановке своей деятельности 2 августа 2014 г. В результате пострадали 27 тыс. туристов [14].

Например, в 2012 г. принимающая болгарская компания Bulgarian VIP Tours заявила о приостановке своей деятельности. Для туристов, чьи заявки оформлялись российскими туроператорами через него, это означало, что могут возникнуть проблемы с размещением и трансфером в отели. Уже отдыхающих туристов от принимающей стороны Bulgarian VIP Tours выселили из гостиницы. К приостановке деятельности Bulgarian VIP Tours привели многочисленные задолженности перед гостиницами. Есть предположение, что принимающая компания не смогла справиться с долговой нагрузкой после банкротства российского туроператора «Капитал Тур», являвшегося ее основным партнером.

**Блок 7. Риск потери качества услуг** – вероятность того, что турист получит услугу по качеству хуже, чем оговорено условиями договора на оказания туристской услуги.

**Риск причинения вреда жизни и здоровью туриста** нивелируется медицинским страхованием туристов, выезжающих за рубеж. Страхование может быть обязательным и добровольным. Существует два вида страхового медицинского полиса туриста: компенсационный и сервисный. При сервисном виде медицинского полиса туристу за рубежом оказывается бесплатная медицинская помощь. Счета за лечение выставляются страховщику при помощи посредника: международной страховой или сервисной компании. Компенсационный вид медицинского полиса менее выгоден для туристов. Согласно полису, турист сам оплачивает лечение за рубежом, а по приезде в РФ представляет отчетные документы (счета, справки, квитанции) страховщику. Для того чтобы получить законное страховое возмещение, страхователь обязан иметь все необходимые и правильно заполненные оригиналы медицинских документов. Любая неточность в документах может сделать страховую выплату невозможной. Ключевыми параметрами медицинского страхования туристов выступают страховая премия, франшиза, условия страхового покрытия. Помимо медицинского страхования, туристу могут быть предложены страхование туриста от несчастного случая, предметов личного пользования и туристского снаряжения, от невыезда туриста и др.

Кроме того, предметом внеплановой проверки Роспотребнадзора может быть именно соответствие услуги туроператора, оказанной заказчику, на предмет соответствия условиям договора, безопасности оказанной услуги для жизни, здоровья, имущества и окружающей среды.

Риски, упомянутые в данном блоке, в конечном итоге ведут к повышению риска потери деловой репутации туроператора.

**Блок 8. Репутационный риск (или риск потери деловой репутации)** связан с уменьшением числа клиентов туроператора в сфере выездного туризма вследствие негативного представления о качестве предлагаемых туристских услуг, соблюдении условий и сроков договора. Речь идет о реальной или потенциальной угрозе потери деловой репутации туроператора.

Источники репутационных рисков туроператоров в сфере выездного туризма условно делятся на внешние и внутренние. К первой группе можно отнести следующие факторы:

- негативные отзывы в средствах массовой информации;
- неблагоденственные финансово-хозяйственные связи с внешними партнерами;
- неучастие в благотворительности;
- неучастие в выставках и семинарах;
- отсутствие рекламных турпоездов;
- отсутствие бонусов туристам в виде путеводителей, сувенирной продукции и др.

Ко второй группе можно отнести:

- неконкурентное поведение туроператора на рынке;
- публичное поведение и высказывания первых лиц бизнеса и рядовых сотрудников, контактирующих с клиентами;
- неисполнение трудового законодательства турфирмой;
- низкий уровень внутренней деловой этики и культуры;
- нелояльность фирмы к сотрудникам;
- отсутствие дресс-кода;
- неузнаваемый товарный знак и др.

Оценка репутационного риска может проводиться, например, следующим образом:

- мониторинг мнений клиентов (опросы при продаже турпродукта, анкетирование туристов, социологические опросы туристов, знакомство с независимыми отзывами в средствах массовой информации);
- стресс-тестирование – методика, которая может использоваться для определения устойчивости деловой репутации, например, в условиях кризиса / стресса в туристской отрасли. Готовой разработанной данной методики в отношении стабильности деловой репутации туроператора в РФ не существует на настоящий момент;
- текущая оценка стоимости акций или бизнеса туроператора.

Следующую классификацию рисков по стадиям бизнес-процессов можно представить следующим образом (табл. 3).

**Таблица 3**

**ВЫЯВЛЕНИЕ РИСКОВ НА ОСНОВЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА ТУРОПЕРАТОРА В СФЕРЕ ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА**

Бизнес-процесс	Риск хозяйственной деятельности	Последствия для бизнеса
1. Формирование базы поставщиков услуг	Риск потери деловой репутации	Вероятность возникновения системного риска в туристской и смежных отраслях. Кризис в отрасли
2. Оплата аванса по-	Риск потери платежеспособности.	Нарушение либо полная потеря коопераци-

Бизнес-процесс	Риск хозяйственной деятельности	Последствия для бизнеса
ставщикам туристских услуг	Валютные риски. Риск потери ключевого поставщика. Риск невыполнения поставщиком условий хозяйственного договора	онных связей. Неплатежеспособность. Превышение скорости оборачиваемости кредиторской задолженности по сравнению с оборачиваемостью дебиторской задолженности. Структура пассивов туроператора (долгосрочные и краткосрочные кредиты и займы)
3. Формирование турпакетов	Риски, связанные со спросом на рынке. Маркетинговые риски	Неплатежеспособность. Банкротство. Потеря сегмента рынка
4. Предложение туристских услуг туристам	Риски, связанные со спросом на рынке	Неплатежеспособность. Банкротство. Потеря сегмента рынка
5. Продажа услуг туристам	Валютный риск	Потеря доходности сделки, продукта, сегмента. Снижение оборачиваемости дебиторской задолженности. Структура активов туроператора (дебиторская задолженность, денежные суррогаты, финансовые вложения)
6. Оказание услуги туристам	Репутационный риск	Сужение клиентской базы. Потеря доходности, прибыльности
7. Оплата кредиторской задолженности поставщику туристских услуг, налогов и сборов, прочих расходов (аренда, зарплата и др.)	Риск потери платежеспособности. Валютный риск. Риск потери деловой репутации	Неплатежеспособность. Приостановка деятельности. Банкротство. Судебные разбирательства

Основываясь на данных табл. 3, можно заключить, что цикличность бизнес-процессов частично отражается и на цикличности рисков. Многие из рисков обладают пролонгированным и кумулятивным характером.

Процесс идентификации и управления риском условно можно представить алгоритмом, предложенным (рис. 2) Национальным стандартом РФ ГОСТ Р ИСО 31000-2010 «Менеджмент риска. Принципы и руководство», который утвержден и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 21 декабря 2010 г. №883-ст.

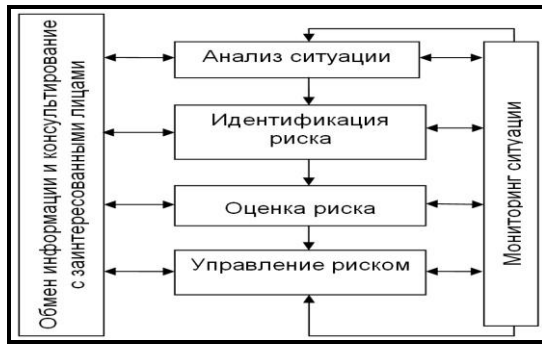


Рис. 2. Процесс риск-менеджмента

Некоторые авторы [9] выделяют следующие основные этапы управления рисками.

1. Выявление риска.
2. Оценка риска.
3. Выбор инструмента управления.
4. Мониторинг риска.
5. Контроль и приведение риска к допустимому размеру.
6. Информационное обеспечение.

Механизм оценки и минимизации рисков в турбизнесе в настоящее время не имеет должной системной методологической и прикладной базы. В большинстве случаев управление рисками сводится к разработке теоретических подходов к оценке и анализу рисков. В реальной хозяйственной жизни могут использоваться следующие методы управления рисками: отказ от риска, их передача или снижение. Принятие и сохранение риска возможно в условиях внесения туроператором в сферу выездного туризма взносов в компенсационный фонд Ассоциации «Объединение туроператоров «ТУРПОМОЩЬ», а также создание собственных резервов в рамках самострахования, обязательного страхования [3, с. 10].

Если исходить из того, что риски хозяйственной деятельности объясняются вероятностью проявления негативных факторов в условиях неопределенности, то критерием его оценки будет выступать вероятность того, что фактический результат будет меньше необходимого (планируемого или прогнозируемого) значения. Это определяется формулой:

$$R = P(D_n - D_\phi),$$

где  $R$  – критерий оценки риска;

$P$  – вероятность риска;

$D_n$  – необходимый (плановый, прогнозный) результат;

$D_\phi$  – фактический результат.

Такой подход позволяет оценить уровень риска при свершившемся результате хозяйственной деятельности.

Среди хозяйственных рисков экономисты выделяют допустимый, критический и катастрофический риски. Считается, что допустимый риск определяет угрозу частичной или полной потери ожидаемой прибыли в тот или иной период времени. Критический риск вызывается потерями в сумме выручки. Катастрофический риск приводит к потере имущества собственников и связан, как правило, с банкротством предприятия. Такая классификация риска коррелирует с процессом развития кризисных явлений в деятельности предприятий [12, с. 2].

Допустимый риск связан с риском снижения результатов деятельности [10]. На это оказывает влияние недостаточная информированность о сегменте рынка, отсутствие качественного маркетингового анализа, недостаточная активность продаж туроператора и пр. Если своевременно не выправить ситуацию туроператора, то риск достигнет зоны критического уровня. Это связано с риском ликвидности и неплатежеспособности туроператора, что может повлечь за собой начало судебных процедур по объявлению туроператора банкротом. Законодательство о несостоятельности предусматривает несколько процедур банкротства, самая тяжелая из которых – конкурсное производство, в рамках которого предприятие подлежит ликвидации.

Это зона катастрофического риска, связанная с потерей своего капитала собственниками турбизнеса. Однако такая цепь событий может не дойти до трагического завершения. При хорошо налаженной аналитической и маркетинговой работе туроператоры могут функционировать, не выходя за зону допустимого риска.

2014 г. запомнился подъемной волной и пиком отраслевого кризиса туроператоров, приостановивших осуществление своей деятельности в связи с возникшими финансовыми трудностями, что привело к некой дестабилизации и напряженности населения (табл. 4). По данным руководителя Федерального агентства по туризму (Ростуризм) О.П. Сафонова, в 2014 г. в итоге более 20 туроператоров приостановили свою деятельность. Из семи туроператоров, которые упомянуты в табл. 4, четверо входили в 2013 г., по данным СПАРК-Интерфакс, в топ-50 рейтинга туроператоров по показателю выручки от продаж: 10-е место – Общество с ограниченной ответственностью (ООО) «Верса», 12-е место – ООО «Солвекс-турне», 15-е место – ЗАО «Фирма «НЕВА», 29-е место – ООО «Южный Крест Трэвел». Причиной кризиса деятельности данных туроператоров стала неплатежеспособность. Ростуризм признал это системным кризисом [19, с. 619].

Таблица 4

**ТУРОПЕРАТОРЫ, ПРИОСТАНОВИВШИЕ СВОЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В 2014 г., ЧТО ВЫЗВАЛО НАИБОЛЬШИЙ РЕЗОНАНС В ОБЩЕСТВЕ<sup>2</sup>**

Название	Выручка-нетто от продажи за 2013 г.	Прибыль (убыток) за 2013 г.	Судебные иски, предъявленные туроператору после 2013 г.	Статус юридического лица
----------	-------------------------------------	-----------------------------	---	--------------------------

<sup>2</sup> Источник: СПАРК Интерфакс.



			количество	сумма	
ЗАО «Фирма «НЕВА», г. Санкт-Петербург	3 784 527 000	1 433 333	21	33 931 454	Признан банкротом 13 января 2015 г.
ООО «Компания «Лабиринт», г. Москва	57 612 000	6 659 000	2	2 356 176	Признан банкротом 4 июня 2015 г.
ЗАО «Лабиринт-Т», г. Москва	40 668 000	3 275 000	14	7 757 475	Признан банкротом 25 апреля 2015 г.
ООО «ИнтАэр», г. Москва	32 120 000	2 171 000	9	16 073 326	Нет точной информации
ООО «СОЛВЕКС-ТУРНЕ», г. Санкт-Петербург	4 550 927 000	245 000	12	57 673 048	Введено наблюдение 10 февраля 2015 г.
ООО «Южный Крест Трэвел», г. Москва	1 899 388 000	2 455 000	12	327 559 088	Введено наблюдение 11 июня 2015 г.
ООО «ВЕРСА», г. Санкт-Петербург	5 493 016 000	11 909 000	39	75 137 174	Признан банкротом 16 мая 2015 г.

Как постановка задачи, например, для определения рискованности деятельности туроператора в сфере выездного туризма, можно попытаться разработать систему нормативных критериев для оценки несостоятельности (неплатежеспособности) туроператоров в сфере выездного туризма, направленную на установление неудовлетворительной структуры баланса. Данную систему можно было бы использовать как практический инструмент риск-ориентированного (пруденциального) государственного надзора за деятельностью туроператоров в сфере выездного туризма.

Вектор развития государственного надзора в туристской отрасли должен быть переориентирован с документальных проверок в сторону риск-ориентированного формата. Риск-ориентированный (пруденциальный) надзор туристской отрасли в сфере выездного туризма подразумевает дистанционную проверку официальных форм отчетности за финансово-хозяйственный год, проводимую уполномоченным органом.

Основными традиционными требованиями к отчетности являются: своевременность представления, полнота информации и достоверность данных. С целью формирования качественной бухгалтерской отчетности туроператоров в сфере выездного туризма необходимо учитывать, что, согласно информации Министерства финансов РФ (Минфин РФ) «О раскрытии информации о рисках хозяйственной деятельности организации в годовой бухгалтерской отчетности» №ПЗ-9/2012 при раскрытии информации о рисках хозяйственной деятельности организации целесообразно учитывать требования Международных стандартов финансовой отчетности, в частности, МСФО (IFRS) 7 «Финансовые инструменты: раскрытие информации», введенного в действие для применения на территории РФ приказом Минфина РФ от 25 ноября 2011 г. №160н.

МСФО (IFRS) 7 «Финансовые инструменты: раскрытие информации» предлагает организациям наряду с финансовой отчетностью информировать заинтересованных лиц о характере и размере рисков, вариантах и способах управления этими рисками в компании. Дополнительные показатели и пояснения о рисках могут быть оформлены в виде отдельного раздела пояснений к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах, либо путем включения их в пояснения к соответствующим показателям бухгалтерской отчетности об отдельных активах,

обязательствах, доходах, расходах, денежных потоках организации (в том числе в пояснения о забалансовых статьях, финансовых вложениях). В случае, если организация формирует отдельный отчет о рисках, то вместо указанных дополнительных показателей и пояснений организация может привести в бухгалтерской отчетности ссылку на такой отчет при условии его доступности для ознакомления всеми пользователями бухгалтерской отчетности.

Таким образом, выявление и классификация рисков финансово-хозяйственной деятельности туроператоров в сфере выездного туризма позволяет осуществлять не только внутренний, но и внешний мониторинг ключевых индикаторов, в том числе и в рамках государственного надзора за деятельностью туроператоров в сфере выездного туризма.

## Литература

- Акатьева М.Д. Выбор и оценка контрагентов в условиях повышения риска неисполнения хозяйственных договоров [Текст] / М.Д. Акатьева // Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. – 2015. – №1.
- Анализ рисков инвестиционного проекта [Электронный ресурс] // Финансовый директор. 2015. – 12 марта. URL: <http://fd.ru/articles/5625-analiz-riskov-investitsionnogo-proekta#ixzz3dPwaggJt>
- Булыга Р.П. Становление и развитие стратегического аудита [Текст] / Р.П. Булыга // Аудитор. – 2014. – №4. – С. 10-17.
- Гизятова А.Ш. Совершенствование эффективности государственного надзора за деятельностью туроператоров в сфере выездного туризма [Текст] / А.Ш. Гизятова // Изв. Сочинского госуд. ун-та. – 2015. – №2. – С. 43-51
- Гизятова А.Ш. Место и цель аудита на различных этапах жизненного цикла предприятия [Текст] / А.Ш. Гизятова // Аудит и финансовый анализ. – 2008. – №5. – С. 212-214.
- Жадан Ю. Туроператоры: спрос на Хорватию упал [Электронный ресурс] / Ю. Жадан. URL: <http://www.trn-news.ru/news/2931>
- Квартальнов В.А. Функционирование экономических законов в туризме [Электронный ресурс] // Квартальнов В.А. Туризм URL: [http://tourlib.net/books\\_tourism/kvartalnov\\_tourism11.htm](http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism11.htm).
- Лепешкин В.А. Экономический потенциал самостоятельного туризма [Текст] / В.А. Лепешкин // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2014. – Т. 8; №2. – С. 69-77.
- Орлова О.Е. Внутренний контроль: организационный аспект [Текст] / О.Е. Орлова // Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения. – 2012. – №21.
- Поздеев В.Л. Методы анализа циклических колебаний в экономических исследованиях [Текст] / В.Л. Поздеев. – М.: Оргсервис, 2007.

11. Поздеев В.Л. О стандартизации управления аналитическими рисками: концептуальный подход [Текст] / В.Л. Поздеев // Вопросы экономики и права. – 2013. – №57. – С. 153-158.
12. Поздеев В.Л. Оценка финансовой устойчивости регионов и предприятий на стадиях жизненного цикла [Текст] / В.Л. Поздеев // Дайджест-финансы. – 2006. – №1. – С. 2-6.
13. РБК. – 2014. – 16 июля [Электронный ресурс]. URL: [http://top.rbc.ru/spb\\_freeneews/16/07/2014/936969.shtml](http://top.rbc.ru/spb_freeneews/16/07/2014/936969.shtml) - [http://top.rbc.ru/spb\\_freeneews/16/07/2014/936969.shtml](http://top.rbc.ru/spb_freeneews/16/07/2014/936969.shtml).
14. Страховая компания «Восхождение» обанкротилась [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=2323329&tid=99474>.
15. Тюрина И. Туроператорская зависимость [Электронный ресурс] / И. Тюрина // RATA-news. – 2013. – 31 янв. URL: [http://ratanews.ru/news/news\\_31012013\\_4.stm](http://ratanews.ru/news/news_31012013_4.stm).
16. Федоров Ю. Почему лопаются туристические фирмы? [Электронный ресурс] / Ю. Федоров. URL: <http://welcomeworld.ru/spravochnik-puteshestvennika/bezopasnyj-otdykh/item/602-crach-tour-firms/602-crach-tour-firms>.
17. Федотова М.А. Как оценить финансовую устойчивость предприятия? [Текст] / М.А. Федотова // Финансы. – 2009. – №6. – С. 13.
18. Федотова М.А. Восполнить упущенное [Текст] / М.А. Федотова // Экономические стратегии. – 2007. – Т. 9 ; №2. – С. 120-123.
19. Bulyga R.P. Business audit: the new concept of the XXI century [Text] / R.P. Bulyga // World applied sciences journal. – 2014. – Vol. 29 ; Iss. 5. – Pp. 619-622.
20. International Tourism Consulting Group IPK International [Electronic resource]. URL: <http://www.ipkinternational.com/en/home/>.

**Ключевые слова**

Туризм; туроператоры в сфере выездного туризма; государственный надзор за деятельностью туроператоров в сфере выездного туризма; риск-ориентированный надзор; риски туроператоров; классификация рисков по бизнес-процессам туроператоров; бухгалтерская отчетность туроператоров; статистика туризма; туроператоры-банкроты; кризис туристской отрасли.

*Гизятова Алия Шавкатовна*

**РЕЦЕНЗИЯ**

Определение рисков в туристическом бизнесе – главная составляющая стратегического планирования работы туроператора с момента его создания и на протяжении всей его деятельности, т.е. в продолжение всего жизненного цикла компании. Устойчивость туроператорского бизнеса должна являться и предметом государственного надзора. Именно в этом контексте и изложена статья автора Гизятовой А.Ш. Выявление, классификация и оценка рисков турбизнеса – важные задачи, стоящие и перед руководством туроператора в сфере выездного туризма. 2014 г. стал пиковым в кризисе туроператорского бизнеса. Причиной этот стали системные риски отрасли, привязанные к потере платежеспособности ряда крупных туроператоров в сфере выездного туризма, что и обуславливает актуальность темы статьи.

Статья написана в рамках докторского исследования, выполняемого автором. В статье дана авторская позиция относительно понимания сути риска. Приведена классификация наиболее актуальных рисков для туроператоров в сфере выездного туризма. Автор внес свою лепту в развитие данного вопроса, в частности, предложил рассмотреть риски в контексте бизнес-процессов деятельности туроператоров в сфере выездного туризма. В статье предложены два алгоритма бизнес-процессов движения турпродукта: 1) с точки зрения потребления услуги туроператора, и 2) с точки зрения формирования и продвижения турпродукта.

В статье содержится много фактологических реальных примеров для иллюстрации теоретического материала. Работа содержит четыре таблицы и два рисунка, что также помогает уяснить содержание статьи.

Как научная статья, работа содержит и постановку новых задач и предложения в решении задач, поставленных ранее хозяйственной практикой и экспертами.

Таким образом, данная статья может считаться актуальной и имеющей научную и практическую значимость. Авторская позиция, изложенная в статье, аргументирована и имеет доказательную базу. Поэтому статья «Выявление рисков финансово-хозяйственной деятельности туроператоров в сфере выездного туризма» автора Гизятовой А.Ш. отвечает основным критериям научной работы и может быть рекомендована к публикации в рецензируемом журнале.

*Королев О.Г., д.э.н., зав. кафедрой «Инновационный менеджмент» Финансового университета при Правительстве РФ.*