

А.А. Щелканов

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ТУРИНДУСТРИИ РФ

A.A. Shchelkanov

ASSESSMENT OF FINANCIAL STABILITY AND DEVELOPMENT PROSPECTS IN THE TOURISM INDUSTRY OF THE RUSSIAN FEDERATION

Представлен краткий обзор проблем финансовой устойчивости туриндустрии в России. Дается оценка современного состояния отрасли, проводится анализ причин банкротств туристических компаний. Предлагаются также рекомендации по реформированию туристической отрасли на основе раскрытия информации и публикации консолидированной бухгалтерской отчетности. Предлагается способ формирования рейтинговой системы для проверки на предмет финансовой и экономической устойчивости туристических фирм.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, туроператоры, банкротства российского туристического рынка, единый федеральный реестр туроператоров, консолидированная отчетность туристических компаний.

This article provides an overview of the historical development financial stability problems of the tourist's industry in Russia. The author presents the characteristics of the tourist's industry and analyses of the main reasons of bankruptcies of travel agencies. The author gives the recommendations about reforming of tourist branch and presents the way of rating system for check regarding financial and economic stability of travel companies is offered.

Key words: financial stability, touroperators, bankruptcies of the Russian tourist market, the unified federal register of touroperators, the consolidated reporting of travel agencies.

Развитие бизнеса в России в текущей нестабильной экономической ситуации с учетом влияния мировых экономических тенденций, санкций, а также замедления экономического роста внутри страны, коренным образом изменили экономические условия функционирования российских компаний, характеризующиеся усилением конкуренции на внешнем и внутреннем рынках. Финансовая устойчивость различных отраслей оказалась под ударом под воздействием следующих макроэкономических факторов оказывающих негативное влияние на российскую экономику:

- Отрицательный экономический рост, связанный с сильнейшим оттоком капитала из страны. Усиливающийся рост инфляции, связанный с продолжающейся девальвацией рубля.

- Снижение покупательной способности населения, как следствие падение потребительского спроса.
- Рост банковских процентных ставок на фоне снижения ликвидности банковского сектора и роста просроченной задолженности по кредитам.
- Нехватка оборотных средств у компаний, заметно ухудшилась платёжная дисциплина не только малых и средних, но и крупных российских предприятий. Однако если в сегменте кредитования МСБ ситуацию возможно удержать под контролем за счёт ужесточения риск-политики, то банкам, кредитующим крупный бизнес, уже требуется господдержка и докапитализация.
- Рост дебиторской задолженности на балансе предприятий, тенденция к увеличению числа корпоративных банкротств и неплатежей контрагентов.
- Низкие цены на нефть, плюс секторальные санкции — все это однозначно ведет к рецессии.

Резко меняются условия функционирования российского бизнеса, где рост процентных ставок по корпоративным кредитам почти в 2 раза — мало сопоставим с показателями рентабельности бизнеса по различным отраслям. Большинство корпоративных клиентов настолько закредитованы и зависимы от заемных средств, что повышение процентных ставок банками в одностороннем порядке по уже выданным кредитам, неминуемо ведет к ухудшению платежной дисциплины в расчетах с контрагентами и трудностями в обслуживании долгов по кредитам, и все это на фоне нехватки оборотных средств.

В данной связи первой под удар попала туристическая отрасль, однако необходимо выяснить и провести анализ факторов напрямую повлиявших на вал банкротств туроператоров. Эксперты туристической отрасли, бизнес-сообщество, топ-менеджеры обанкротившихся турфирм и чиновники туристической отрасли объясняют это либо санкциями, либо ростом курса евро и др. причин. Однако, на наш взгляд, истинные причины кризиса в туристической отрасли кроются совершенно в другом направлении. Большая часть туристических фирм не имеет реального капитала, где наблюдается критическая закредитованность перед банками и партнерами, а также демпинг в случае острой нехватки денежного потока и закрытие просроченных обязательств поступлениями от новых клиентов, вывод денежных средств из бизнеса акционерами и др. Данный подход способствует формированию «мыльных пузырей» в туристической отрасли России. Так как власти России сами напрямую признают, что данные явления в сфере туризма очень схожи со сферой финансовых пирамид и на лицо признаки мошенничества.

Нам близка точка зрения одного из экономистов, который в своих работах рассматривает возможности налаживания эффективных механизмов предупреждения экономической несостоятельности предприятий, компаний посредством развития практики экономического мониторинга, предполагающей отслеживание экономического и финансового состояния компаний в различных сферах деятельности [1]: «В России результативное решение комплекса проблем социально-экономического развития и создание основ для устойчивого развития возможно лишь в том случае, если будут разработаны эффективные экономические, экологические, правовые, организационные, финансовые, административные методы и способы изменения приоритетов

социально-экономической стратегии государства и отдельных предприятий, в том числе и в сфере природопользования. А также если будут разработаны мероприятия, которые позволят все отрасли народного хозяйства сделать привлекательным объектом активного инвестирования государственного и частного капитала». Таким образом, в соответствии с предложениями и рекомендациями автора: «необходимо от топливно-сырьевой ориентации, использования морально и технологически устаревших, экологически неэффективных производств и бесперспективных социально-иждивенческих проектов перейти к активной государственной политике поддержки программ и проектов, направленных на решение неотложных проблем перестройки в области социально-экономического развития всех субъектов экономики, в области производства конкурентоспособных товаров и услуг, развития инновационного потенциала, внедрения новых информационных технологий, внедрения экологически эффективных малоотходных и безотходных технологий». Данный подход полностью соответствует указанным проблемам и в туристической отрасли, где поиск устойчивого развития туристической компании в рыночной экономике трансформируется в задачу по обеспечению макроэкономического равновесия и социально-экономического развития в целом.

На наш взгляд, понятие экономической устойчивости туристической компании связано со способностью экономической системы приходить в состояние равновесия после исчезновения внешних и внутренних дестабилизирующих факторов и возможностью продолжать экономическое развитие, но на качественно новом уровне. Наиболее показательным графиком развития компании в данном случае, является взгляд в области прогнозирования развития технологий [2]: «Если система исчерпала ресурсы своего развития — объедините ее с другой системой, имеющей ту же главную функцию. Причем желательно, чтобы вторая система была помоложе, на первом или втором этапе собственного развития. Такое объединение рождает новую систему, ресурсы развития которой гораздо выше каждой из исходных (по определению)».

Поэтому, основным критерием проверки на устойчивость является временной фактор, а также внешние и внутренние факторы риска (рис. 1).

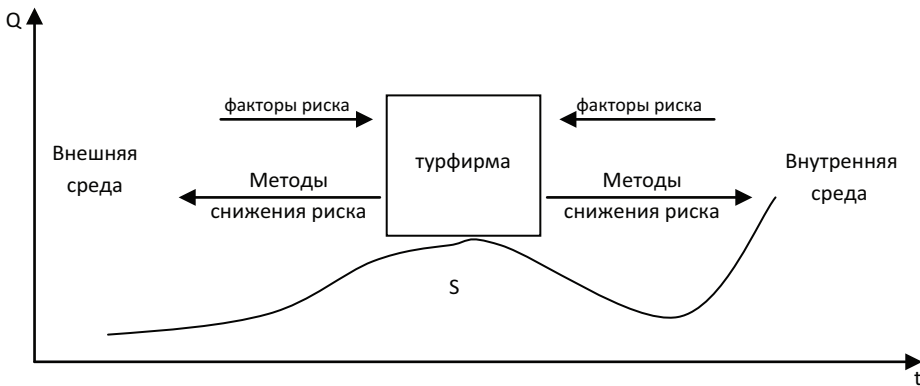


Рис. 1. S-кривая развития турфирмы в условиях экономической устойчивости

В ходе углубленного анализа оценки экономической устойчивости турфирмы мы осуществляем [4]:

- исследование источников его средств (оценку динамики их состояния и структуры, рациональность привлечения заемных средств);
- оценку целесообразности размещения привлеченных средств и скорости их оборота;
- анализ доходности и эффективности использования имущества;
- анализ денежных потоков.

Последовательность проведения финансового анализа компании:

1. Анализ бухгалтерской отчетности.
2. Анализ результативности деятельности компании (прибыли, выручки от продаж).
3. Анализ финансового состояния в разрезе:
 - анализа состава, структуры и динамики хозяйственных средств и их источников;
 - анализа ликвидности и платежеспособности компании;
 - анализа финансовой устойчивости.
4. Анализ деловой активности и результативности деятельности компании (анализ темпов роста выручки, прибыли, фондоотдачи, коэффициентов оборачиваемости, рентабельность).

Экономическое состояние компании оценивается с помощью системы показателей, позволяющей дать оценку экономической устойчивости компании и установить ее рейтинг. Наглядным примером комплексного анализа хозяйственной деятельности компании может служить структура КЭАХД (рис. 2).

Если сравнивать туристическую и страховую отрасль, то финансовая устойчивость туристических фирм к негативным событиям и факторам гораздо, ниже, чем у страховщиков. Это объясняется тем, что страховая отрасль активно регулируется государством, так же как и банковская деятельность, где предъявляются требования к капиталу, введены нормативы ликвидности, резервирования, контролируется лицензирование деятельности, проводится регулярный финансовый мониторинг на предмет достоверности финансовой отчетности. Поэтому искажение финансовой отчетности возможно, но затруднительно. Так если банковская и страховая деятельность регулируется Центральным банком, где созданы механизмы поддержки клиентов через санацию, активно работает Агентство по страхованию вкладов, то по нашему мнению, возможна передача регуляторных функций от Федерального агентства по туризму и наделением полномочиями Службы Центрального Банка по финансовым рынкам. Так как при банкротствах турфирм под удар становится группа в основном физических лиц — потребителей услуг, поэтому социально незащищенное население, пострадавшее от действий игроков туристического рынка, имеет право на экономическую поддержку со стороны государства. На сегодняшний день на сайте Министерства Культуры РФ, Федерального агентства по туризму существуют различные памятки для туристов, пользующихся услугами туристических компаний, а также подробно освещен порядок действий туристов, пострадавших от туроператоров, приостановивших свою деятельность. Однако эти меры не являются превентивными, а все лишь помогают устранить последствия банкротств турфирм и обманутых туристов. Однако данный

подход с текущим положением дел в туриндустрии не предотвращает возможность повторения аналогичных ситуаций и не защищает физических лиц, т.к. уход с рынка недобросовестных игроков не гарантирует того что не придут на их смену другие и кризис в отрасли повторится вновь (табл. 1 [6]). Так по информации издания Российская Газета [7] в декабре 2014 г. — в Петербурге заработала новая турфирма «Версия». Она расположена по тому же адресу, где находилась закрывшаяся турфирма «Верса». Реквизиты у фирмы другие, но номер телефона остался тем же. В числе учредителей — экс-руководители отделов «Версы». Появление нового игрока на рынке крайне заинтересовало организацию «Турпомощь». Именно к этой структуре в сентябре 2014 г. обратилась «Верса» после заявления о невозможности выполнить свои обязательства перед туристами, находящимися за рубежом.

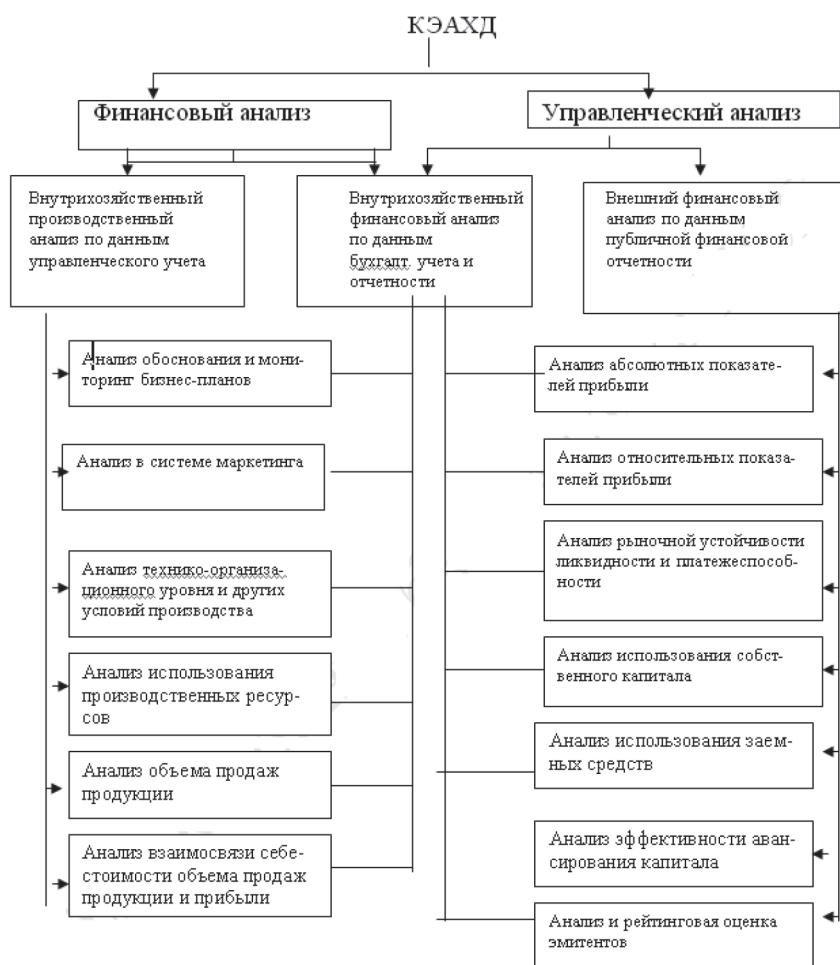


Рис. 2. Структура комплексного анализа хозяйственной деятельности компании

Таблица 1

Наиболее заметные банкротства российского туристического рынка за последние 10 лет

2005	«Траншоу». Компания оказалась финансово несостоятельной, потеряв значительные средства из-за демпинга на марокканском направлении в предыдущем сезоне. Владелец «Траншоу» покончил с собой. Туристов в Россию за свой счет возвращали авиакомпании.
2008	«Вояж-Люкс». Владелец компании сбежал с деньгами партнеров и клиентов и с тех пор находится в розыске. Сумма нанесенного ущерба — 1,5 млн долл. «Detour». Компания обанкротилась вместе с головной структурой — турецко-австрийским холдингом Vasco, «дочкой» которого являлась. Сумма претензий, поданных страховому гаранту туроператора, составила 20 млн руб. Это стало первым серьезным тестом системы фингарантий.
2009–2010	Целая серия банкротств туроператоров , спровоцированная снижением турпотока из России. Цивилизованные банкротства (с закрытием обязательств перед партнерами и туристами): Libra Holidays, ArtisSpace, Diva-Travel, GTI-travel. Проблемные банкротства: «ТрансБизнесЛайн», «СКМ-Трэвел», «Капитал Тур». В последнем случае обанкротилась и страховая компания, предоставившая туроператору фингарантию на 190 млн руб. Сумма непокрытых обязательств «Капитал Тура» перед туристами и контрагентами составила, по разным оценкам, от 200 до 250 млн руб.
2011	«Лужники Тревел». После ряда скандалов с партнерами туроператора обанкротили. Обязательства перед туристами и контрагентами исполнены не были.
2012	«Идеальный мир». Руководство компании исчезло с деньгами туристов. Впоследствии выяснилось, что «Идеальный мир» фактически не имел никаких фингарантий, подделав документы для включения в Единый реестр туроператоров. «Ланта-тур вояж». В судьбе туроператора, испытывающего финансовые трудности, принял личное участие Владимир Путин. В тот момент он шел на свой третий президентский срок и распорядился, чтобы банк ВТБ выделил «Ланте» кредит в размере 7 млн долл. Кредит помог облегчить участь 7 тыс. туристов, но самого оператора от разорения в итоге не спас.
2013	«Асент-Тревел». Туроператор, столкнувшись в середине лета с катастрофическим снижением турпотока в Хорватию из-за введения виз, приостановил свою деятельность. С рынка компания ушла с минимальным ущербом для туристов и партнеров.
2014	С рынка ушел 21 туроператор , большинство из которых работали в сфере выездного туризма, среди них наибольший удар по отрасли нанесли банкротства турфирм «Нева» и «Лабиринт». Основной объем помощи пострадавшим туристам был оказан ассоциацией «Объединение туроператоров в сфере выездного туризма «Турпомощь», учредителями которой являются более 30 крупных российских туроператоров, делающих взносы в общий фонд объемом в 370 млн руб. на случай банкротства одного из членов ассоциации. 2 сентября 2014 г. заместитель руководителя ассоциации Александр Осауленко сообщил, что на вывоз туристов организация потратила около 218 млн руб. Помощь оказывали и другие туристические фирмы как в России, так и в принимающих странах. Государственные средства при этом израсходованы не были.

Как уже говорилось выше, реальное финансовое состояние туристических компаний на текущий момент, кроме налоговых органов, вообще никем не проверяется и никому неизвестно. То есть в отличие от страховой и банковской отрасли, где при выборе банка или страховой компании можно изучить рейтинги с финансовыми показателями, то у физических лиц при выборе туроператора или турагента нет достоверной информации, чтобы ознакомиться с финансовыми результатами и хозяйственной деятельностью игрока для принятия решения о покупке турпакета на свой страх и риск. Поэтому, крайне важно, раскрытие консолидированной отчетности по Группе

туристических компаний входящих в холдинг на сайте Ростуризма или центрального банка, если последний выступит регулятором отрасли.

Так до 2012 г. оценить размеры бизнеса туристических компаний РФ можно было только по рейтингам в СМИ, в которые данные представляли сами турфирмы. Из-за неполноты сведений подобные рейтинги не были точными. В соответствии с поправками к федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», вступившими в силу 4 мая 2012 г., туристические операторы, продающие туры за рубеж, обязаны отчитываться об общем объеме денежных средств, полученных от реализации продукта в сфере выездного туризма, а также об общем объеме финансового обеспечения. В частности, предполагалось, что компании с выручкой в сфере выездного туризма от 250 млн руб. должны будут застраховать свою ответственность на 12 % общего объема продаж. Однако, как отмечали в 2013 г. в Ассоциации туроператоров России (АТОР), многие из турфирм указывали не весь оборот, а вознаграждение, полученное от зарубежных контрагентов — авиакомпаний, отелей и других партнеров.

Всего на июль 2013 г. в единый федеральный реестр туроператоров были включены 4352 компании. Из них финансовым обеспечением в размере более 100 млн руб. обладали только 22 компании. По состоянию на декабрь 2014 г. в Едином федеральном реестре туроператоров — 1380 туркомпаний. По состоянию на 20.01.2015 — Федеральный реестр туроператоров с начала года сократился на 165 компаний. Основная причина — непредставление финансовых гарантий, связанное со сложной экономической ситуацией на рынке, однако исключение из реестра туроператоров не означает, что у компании при желании не будет возможности туда вернуться.

Если анализировать состояние уже обанкротившихся фирм, то кредиторская задолженность одного из крупнейших в прошлом туроператоров России турфирмы «Нева», признанной банкротом, составляет 1,2 млрд руб., следует из опубликованного определения арбитражного суда Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Петербургский арбитраж 13 января 2015 г. признал турфирму «Нева» банкротом по заявлению ее ликвидатора Сергея Симака и открыл в ней на полгода конкурсное производство. Как говорится в определении суда, общая стоимость всех активов обанкротившейся турфирмы оценивается в 725,5 млн руб., из них 436 млн руб. приходится на стоимость товарного знака. В качестве активов указаны также основные средства остаточной стоимостью более 39 млн руб. и дебиторская задолженность в размере более 417 млн руб. Представитель СК РФ Владимир Маркин в августе 2014 г. сообщал о возбуждении уголовных дел о мошенничестве после приостановки деятельности ряда российских турфирм. По его словам, владельцы компаний, зная о долгах перед своими партнерами, продолжали продавать путевки клиентам, и «практически деятельность названных туроператоров превратилась в финансовую пирамиду».

На наш взгляд, первым шагом на пути реформирования туристической отрасли, необходимо сделать публикацию консолидированной отчетности туристических компаний входящих в Холдинг или Группу, затем определить, на сколько финансово устойчивы игроки туристической отрасли, таким образом, будут ранжированы турфирмы и определены игроки которым может быть оказана государственная поддержка в виде финансовых гарантий, субсидий или других программ государственной помощи. Данный подход положительно скажется на отрасли в целом и добавит доверия

со стороны обманутых туристов. На основе банковских методик нами разработан обобщенный алгоритм оценки экономической устойчивости развития туристической компании (рис. 3.).

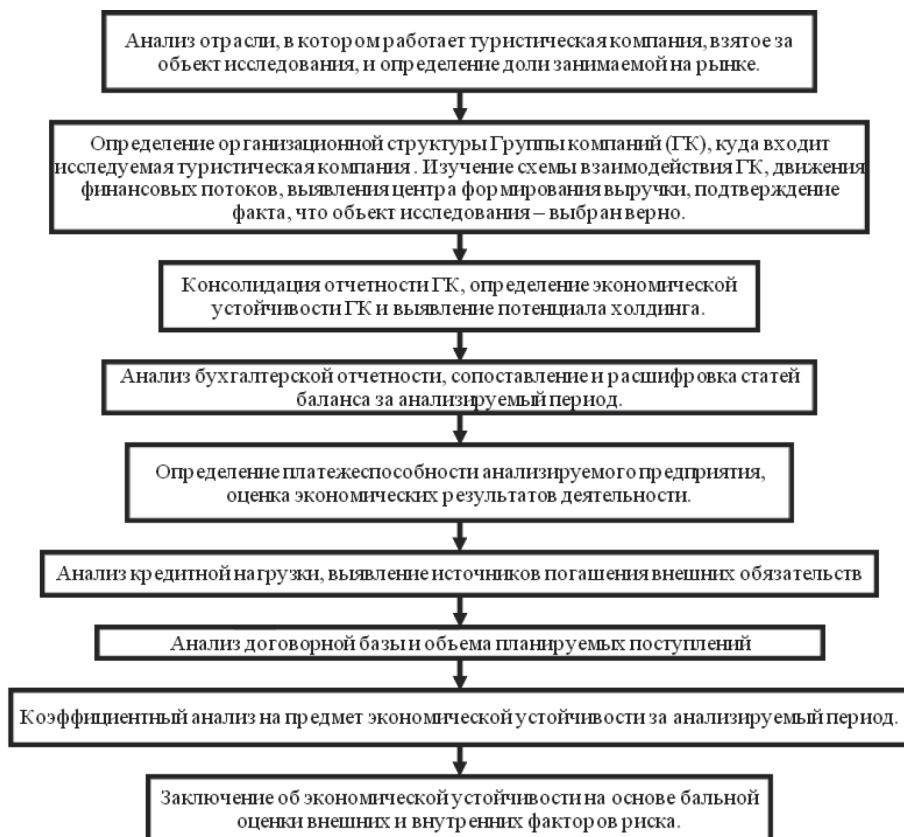


Рис. 3. Обобщенный алгоритм оценки экономической устойчивости

Пояснения к алгоритму:

1. Анализ отрасли и перспективы ее развития, в которой работает компания, позволяет определить устойчивость компании во времени и в конкурентной борьбе. Это вероятность неисполнения компанией своих обязательств перед контрагентами, обусловленная наличием негативных факторов развития отрасли и рынка, на котором оно осуществляет свою экономически-хозяйственную деятельность.
2. Изучение организационной структуры группы Компаний (Холдинга), позволяет дать оценку устойчивости компании в целом, т.к. она является частью входящей в структуру группы компаний. Необходимо дать реальную оценку экономическому потенциалу холдинга путем исключения двойного учета движения денежных средств ГК, куда входит исследуемая компания. Изучение схемы взаимодействия

ГК, движения финансовых потоков, выявления центра формирования выручки, подтверждение факта, что объект исследования — выбран верно.

3. Оценка экономической устойчивости анализируемой компании входящей в ГК, позволяет определить вероятность неисполнения компанией своих обязательств перед контрагентами, непосредственно связанная с результатами экономически-хозяйственной деятельности. В общем виде осуществляется расчет финансовых коэффициентов, оценивается их динамика, сравниваются полученные значения с нормативными значениями, со средними значениями по отрасли, устанавливаются причины произошедших изменений и подготавливаются определенные выводы. Более детально это расписывается в следующих пунктах.
4. Анализ бухгалтерской отчетности, сопоставление и расшифровка статей баланса за анализируемый период. Необходимо определить соответствует ли деятельность компании заявленной, насколько баланс компании ликвиден, т.е. покрывают ли оборотные активы — краткосрочные пассивы. Также надо выявить за счет, каких средств финансируется деятельность компании. Нераспределенная прибыль — показывает, что собственники не выводят деньги из бизнеса и вкладывают в развитие, если же за счет кредиторской задолженности и кредитов (в большинстве случаев обусловлено спецификой отрасли и бизнеса) — необходимо оценить долговую нагрузку и определить, насколько краткосрочные или долгосрочные обязательства исполняются в срок, а также диверсифицирована ли сеть контрагентов. Кроме того, необходимо оценить динамику валюты баланса, если она положительна на фоне роста выручки, то это свидетельствует о росте деловой активности, в противном случае о замедлении оборачиваемости, затоваренности и снижении экономических оборотов. Если же валюта баланса снижается, необходимо понять, чем вызван данный факт — фактор сезонности и др. Отдельно анализируются статьи бухгалтерского баланса в части актива и пассива, значения сравниваются с предыдущим кварталом и относительно прошлого года. Внимание необходимо уделить следующим факторам, которые характерны экономически устойчивым компаниям:
 - основные средства соответствуют заявленному виду деятельности компании;
 - структура дебиторов и кредиторов — диверсифицирована, задолженность не является безнадежной, нет зависимости от единичных контрагентов, контрактная база подтверждает исторический объем выручки, сроки оборачиваемости — соответствуют условиям оплаты, определенным в договорах с контрагентами;
 - финансовые вложения — могут быть представлены займами ГК, взаимозачетами и др. Необходимо понять, куда выводятся денежные средства;
 - собственный капитал имеет положительную динамику, связанную с ростом нераспределенной прибыли;
 - долгосрочные и краткосрочные заемные средства — совокупно не превышают валюту баланса компании.
5. Оценка экономических результатов деятельности, значения сравниваются с предыдущим кварталом и относительно прошлого года. Экономически устойчивым компаниям туристической отрасли характерно:
 - деятельность компании — прибыльна, зачастую низкорентабельна (снижение налогооблагаемой базы за счет увеличения затрат);

- выручка носит положительную динамику (если не обусловлено сезонностью или другими негативными факторами — кризис, монополизация, рост себестоимости и др.);
 - соотношение выручки и себестоимости сопоставимо и положительно отражается на финансовом результате компании на протяжении всего анализируемого периода;
 - среднемесячной выручке на протяжении анализируемого периода достаточно для погашения текущих обязательств.
6. Анализ кредитной нагрузки, выявление источников погашения внешних обязательств. Экономически устойчивым компаниям туристической отрасли характерно:
- кредитная история — положительная;
 - компания — не закредитованна;
 - долговая нагрузка распределена равномерно, сроки погашения подобраны оптимально. Компания рационально планирует движение денежных средств, а не наоборот — когда компания должна постоянно рефинансироваться (перекредитовываться) и искать источники финансирования;
 - кредитные продукты соответствуют различным потребностям компании, а именно овердрафт — закрытие кассовых разрывов, возобновляемые и невозобновляемые кредитные линии — отвечают потребностям компании в рамках пополнения оборотного капитала, поручительства, банковские гарантии и страхование ответственности — покрывают финансовые риски и риски банкротства;
 - по срокам погашения можно констатировать факт того, что у компании при своевременном погашении кредитов — не произойдет критического оттока денежных средств;
 - кредитная нагрузка характеризуется как «умеренная» — заемные средства составляют не более 40 % валюты баланса (величина определена экспертным путем на основе средне рыночных показателей).
7. Анализ договорной базы и объема планируемых поступлений. Объемы деятельности компании запланированные в плане движения денежных средств и плане доходов и расходов, подтверждаются историческими объемами выручки. В случае запланированного экономического роста показателей, необходимо подтвердить источники будущей выручки — контрактами, а также проанализировать технико-экономическое обоснование и потребность в заемных средствах. Необходимо уделить внимание возможным рискам планируемого проекта и пути минимизации.
8. Коэффициентный анализ на предмет экономической устойчивости за анализируемый период, на которые необходимо обратить внимание руководству туристических компаний, а также всем заинтересованным лицам в определении и поиске путей сохранения экономической устойчивости компании. Следует обращать внимание на:
- а. Коэффициент финансовой независимости оптимально должен быть $\geq 40-50\%$, однако туристические компании ввиду специфики ведения бизнеса испытывают сложности с данным фактором.

- б. Коэффициент текущей долговой нагрузки (в днях) оптимально не должен превышать 180 дней.
 - в. Чистые активы туристических компаний должны быть положительны и динамика должна быть направлена на рост. В противном случае, необходимо понять в связи, с чем образован убыток.
 - г. Коэффициент текущей ликвидности для туристических компаний должен быть равен от 0,5–1,0 и более. Платежеспособность компании определяется его способностью генерировать денежные потоки, достаточные для нормального функционирования фирмы и для погашения всех текущих обязательств. Для определения платежеспособности потенциальной компании необходимо проанализировать представляемое ею технико-экономическое обоснование и прогноз движения денежных средств. Возможность обслуживания и выплаты кредитов с учетом других обязательств определяется на основе данных о предполагаемых источниках погашения кредитов.
 - д. Коэффициент соотношения кредиторской задолженности к дебиторской, должен быть равен 0–2 и менее. Если нормативное значение нарушается на протяжении всего анализируемого периода (в краткосрочном периоде — возможны отсрочки в оплате поставщикам), то данный факт негативно сказывается на деловой активности компании и говорит о проблемах связанных с оплатой своим кредиторам.
 - е. Коэффициент оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности (дни), должен быть равен 40 и менее.
 - ж. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов (дни), должен быть равен 90 и менее. У туристических компаний коэффициент оборачиваемости оборотных активов, как правило, достаточно низок.
 - з. Коэффициент рентабельности продаж должен быть равен > 0 , необходима положительная динамика, иначе экономическая целесообразность ведения бизнеса отсутствует либо компания испытывает финансовые затруднения.
 - и. Чистая прибыль/убыток должна быть равна > 0 .
9. На основе проведенного анализа текущей деятельности компании, дается экспертное заключение об экономической устойчивости на основе бальной оценки внешних и внутренних факторов риска.

Рейтинг компании равен количеству набранных им баллов. Чем выше балл, тем выше рейтинг компании:

- От 71 до 100 баллов — экономическая устойчивость оценивается как **хорошая**. Рейтинг компании — высокий.
- От 34 до 70 баллов — экономическая устойчивость оценивается как **средняя**. Рейтинг компании — средний.
- Ниже 33 — экономическая устойчивость Предприятия оценивается как **плохая**. Рейтинг компании — низкий.

Выявляются основные риски туристических компании, которые влияют на устойчивость в целом, предлагаются пути минимизации рисков и способы повышения

экономической устойчивости. Начав с данного подхода, возможно, будет провести реформирование туриндустрии, где изменения, по мнению аналитиков туристической отрасли, могут быть следующими (если не передавать функции надзора ЦБ):

1. Лицензирование и создание саморегулируемой организации (СРО) туристических компаний с гарантийными взносами, с величиной около 1,5–2 % от обязательств, то есть не от выручки компании, а от обязательств, рассчитанных на текущий год. И если компания стала обслуживать больше туристов, чем заявляла, то взнос должен быть увеличен. При этом СРО не должна разрешать туроператором вести деятельность в объемах, не подкрепленных обеспечительным взносом. А если туристическая компания говорит, что взнос для нее обременителен, значит, она должна будет вести бизнес в меньшем объеме и обслуживать меньше туристов.
2. СРО должна нести финансовую ответственность перед страховщиком за достоверность информации о плановом количестве туристов и факте оплаты взноса. А в случае недостоверности представленной информации возмещает страховщику понесенный ущерб.
3. СРО должна разрабатывать стандарты финансовой устойчивости участников туриндустрии и требования к допуску на рынки, осуществлять регулярный анализ устойчивости компаний, принимать меры по недопущению на рынок неустойчивых турфирм.
4. Страховаться должен каждый тур и стоимость страховки должна зависеть от количества туристов в каждом туре. При этом страховщики должны иметь право устанавливать тариф на рыночной актуарной основе. Национальный союз страховщиков ответственности должен разработать типовые правила, утвердить рассчитанные актуариями верхний и нижний пределы тарифов и согласовать их с СРО туркомпаний.
5. ЦБ РФ должен изменить правила допуска страховщиков на рынок страхования ответственности туроператоров и не позволять брать большую ответственность компаниям без капитала и резервов.

Литература

1. *Сабанчиева Д.Х.* Экономический мониторинг в системе управления предприятиями в сфере природопользования. // Ученые записки РГГМУ, 2011, № 20, с. 202–206.
2. *Сибиряков В.Г.* Проектирование кризисов — путь к успеху. // ЭКО-1999, № 10.
3. *Айрапетова А.Г., Иванова Ю.Н.* Экономическая безопасность предприятия. — СПб.: СПбГУЭФ, 2007. — 112 с.
4. *Хабидуллина Ю.Х.* Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. — Казань, 2008. — 64 с.
5. *Ковалев А.И., Привалов В.П.* Анализ финансового состояния предприятия. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1995. — 213 с.
6. [<http://www.klerk.ru/boss/articles/394079/>].
7. [<http://www.rg.ru/2014/12/19/reg-szfo/versA-anons.html>].