

УДК 338.4

Учет системного риска при определении инвестиционной привлекательности туристского предприятия

Рындач Марина Алексеевна

Кандидат экономических наук, доцент,
кафедра менеджмента и туристского бизнеса,
Гуманитарно-педагогическая академия (филиал),
Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского,
298635, Российская Федерация, Республика Крым, Ялта, ул. Севастопольская, 2А;
e-mail: rindach@mail.ru

Аннотация

В статье изложены основные подходы к проблеме изучения рисков, влияние системных рисков на инвестиционную привлекательность туристского предприятия. Анализируются факторы, оказывающие влияние на рейтинг предприятия, на их основании проводится рассмотрение системных рисков. Выделен региональный аспект системного риска туристского предприятия. Внедрение необходимых методов внутреннего маркетинга способствует сохранению устойчивости и инвестиционной привлекательности предприятия. Приведены главные черты туристского риска с позиций туристско-рекреационного комплекса. Проведен анализ региональных рисков, которые необходимо учитывать при расчете рейтинга страны. Рассмотрены факторы, препятствующие проведению изменений в системе управления туристским предприятием для минимизации факторов риска. Сделан вывод о необходимости детализации и конкретизации системных рисков, как единственного способа управления системными рисками.

Для цитирования в научных исследованиях

Рындач М.А. Учет системного риска при определении инвестиционной привлекательности туристского предприятия // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2017. Том 7. № 8А. С. 203-212.

Ключевые слова

Системный риск, управление рисками, инвестиционная привлекательность, туристское предприятие, управление изменениями.

Введение

Уровень изученности проблемы рисков в экономике достаточно высокий. Данная тематика исследуется авторами через призму различных подходов: для банковской сферы приоритетными аспектами являются исследование и анализ рисков с точки зрения определения процентных ставок для предприятий. Приоритетным направлением является возможность снижения рисков при управлении инвестиционным проектом, и управлении рисками предприятия. С нашей точки зрения, при исследовании проблемы рисков остаются нерешенные вопросы несоответствия практических и теоретических подходов в контексте деления рисков на системные и несистемные риски, что снижает эффективность разработанных методик. Также недостаточно разработанным является вопрос регионального аспекта системного риска. В теории крайне редко дается определение системного риска в количественных параметрах, что на практике выражается в получении страной рейтинга на базе оценки системного риска. Важным фактором устойчивости туристского предприятия в условиях системного риска являются управленческие воздействия, оказывающие существенное влияние на рейтинг туристского предприятия и соответственно на его инвестиционную привлекательность. Внедрение и контроль изменений в системе управления туристским предприятием, внедрение необходимых методов внутреннего маркетинга способствует сохранению устойчивости и инвестиционной привлекательности предприятия.

Проблемой изучения рисков в экономике занимались такие авторы как Т. Райс, Л. Н. Тэпман, В. А. Чернова, К. В. Захаров. В экономической литературе риски чаще всего рассматривают с точки зрения деятельности в условиях неопределенности. Как экономическая категория риск представляет собой опасность потенциально возможной, вероятной потери ресурсов или недополучения доходов по сравнению с вариантом, который рассчитан на рациональное использование ресурсов в данном виде предпринимательской деятельности [Тепман, 2012]. Иначе говоря, риск — это угроза того, что предприниматель понесет потери в виде дополнительных расходов или получит доходы ниже тех, на которые рассчитывал [Райс, 2005]. Так же риск можно описать как возможность возникновения неблагоприятных ситуаций в ходе реализации бюджета предприятия, фирмы.

Системный риск — риск ухудшения конъюнктуры какого-либо рынка в целом. Он не связан с конкретным объектом инвестиций и представляет собой общий риск на все вложения на данном рынке (фондовом, валютном, недвижимости и т. д.), заключающийся в том, что инвестор не сможет их вернуть, не понеся существенных потерь. Анализ системного риска сводится к оценке того, стоит ли вообще иметь дело с данным видом активов, например, акциями, и не лучше ли вложить средства в иные виды имущества, например, в недвижимость

[Тепман, 2012]. В других подходах к системному риску считается, что мы не можем избежать или снизить уровень риска путем диверсификации.

Следует помнить, что диверсификация является способом снижения несистемного риска. Снижение несистемного риска посредством диверсификации посредством диверсификации не может быть осуществлено на уровне страны, поскольку системный риск обусловлен общим состоянием экономики и связан с такими факторами, как: война, инфляция, глобальные изменения налогообложения, изменения денежной политики и т. п.

Рассмотрение системных рисков. Детализация факторов риска, оказывающих влияние на инвестиционную привлекательность туристского предприятия. Определение управленческих воздействий в системе управления туристским предприятием для минимизации системного риска.

Влияние системных рисков на инвестиционную привлекательность туристского предприятия

Инвестиционная привлекательность туристского предприятия является на наш взгляд комплексным показателем достигнутого предприятием уровня экономического развития: как с точки зрения эффективности его деятельности, так и точки зрения его привлекательности для инвестора.

Изучение инвестиционной привлекательности в сложившейся экономической ситуации необходимо как с позиции инвестирования – как наиболее простого способа привлечения средств, так и с позиции имиджа туристского предприятия – получение высокого рейтинга как повышение привлекательности и доверия со стороны поставщиков и контрагентов. Немаловажную роль инвестиционная привлекательность играет для внутреннего пользователя, как оценка эффективности деятельности менеджмента предприятия в глазах собственника.

Одним из способов определения инвестиционной привлекательности туристского предприятия является метод рейтинговых оценок, которые выставляются отечественными или зарубежными компаниями на основе внутренних и внешних факторов, влияющих на деятельность предприятия.

Рассмотрим комплексно всю систему показателей, учитываемых международными рейтинговыми агентствами при присуждении рейтинга предприятию:

- 1) конкурентные позиции предприятия на рынке предоставляемых услуг;
- 2) степень финансовой устойчивости предприятия, достижение формирования денежного потока, которые можно трактовать как динамику валового дохода предприятия, в том

числе рентабельность продаж;

3) удельный вес постоянных затрат в составе затрат;

4) способность конкурировать на мировом рынке.

Углубленный анализ перечисленных выше показателей позволил утверждать, что каждый из перечисленных показателей соответствует определенному типу рисков.

Главные черты туристского риска с позиций туристско-рекреационного комплекса как экономической системы – многоаспектность и мультипликативность. Они связаны с сопряженностью включаемых в туристскую индустрию отраслей, которые усиливают эффект от туризма благодаря действию механизма мультипликатора. Обратная сторона мультипликатора заключается в том, что каждая отрасль имеет свою спецификацию риска и поэтому вносит добавочный вклад в общий уровень туристского риска [Овчаров, 2009].

Мультипликатор риска в нашем понимании будет определять не дополнительные выгоды, полученные в результате увеличения расходов туристов и деятельности туристских предприятий, а дополнительные угрозы, связанные с совокупным влиянием экономических, природных, социальных и иных факторов риска. Эффект мультипликатора туристских рисков можно объяснить кейнсианским подходом, согласно которому исходное изменение величины расходов порождает цепную реакцию, которая (хотя и затухает с каждым последующим циклом) приводит к многократному изменению доходов. В нашем случае цепная реакция распространяется на систему туристских рисков, которые принимают форму экономических и личностных угроз и проявляются во всех функциональных типах туристско-рекреационных систем [там же].

Системные риски, оказывающие влияние на инвестиционную привлекательность туристского предприятия, зачастую, это страновые риски – риски, которых нельзя избежать и снизить путем диверсификации. При определении величины странового риска используется метод рейтинговых оценок со стороны международных рейтинговых агентств. Страновые риски оказывают значительное влияние на инвестиционную привлекательность туристского предприятия, с точки зрения международного инвестора. В соответствии с общепринятой мировой практикой рейтинг национального предприятия, присужденный ему международным рейтинговым агентством, не может быть выше рейтинга страны. Данная позиция является ошибочной, поскольку с одной стороны, делает бессмысленными затраты предприятия на получение собственного международного рейтинга, с другой оказывается ошибочной, когда рассматриваются риски инвестирования в предприятие, активно экспортирующее продукцию или предоставляющее услуги на мировые рынки, глубоко интегрированного в мировой хозяйственный рынок. Очевидно, что рейтинг такого предприятия может оказаться выше

рейтинга страны.

Считается, что системный риск является базовым при оценке рейтинга туристского предприятия. Международные рейтинговые агентства используют тактику занижения рейтинга национального предприятия для подстраховки неточностей в своих расчетах [Балабанов, 2006].

Региональные риски необходимо учитывать при расчете рейтинга страны, расположение предприятия в том или ином регионе может оказать существенное влияние на уровень рисков и, следовательно, определять инвестиционную привлекательность туристского предприятия.

Руководство туристского предприятия может улучшить осуществление изменений в организации для повышения инвестиционной привлекательности путем создания формальной системы управления изменениями. Данная система должна состоять из следующих этапов:

- 1) Проведение анализа, позволяющего определить проблемы текущей ситуации и возможные причины ее возникновения.
- 2) Проведение анализа факторов, необходимых для осуществления требуемых изменений.
- 3) Выбор стратегии изменения.
- 4) Наблюдение за процессом осуществления изменений.

Систематическое сопровождение изменений работой с персоналом позволит не только уменьшить его сопротивление, но и укрепить организационную культуру. Научно-обоснованная система управления изменениями в условиях системного риска необходима для правильной организации стратегического управления предприятия сферы туризма, а также для повышения его инвестиционной привлекательности.

Любое изменение необходимо начинать с диагностики. Эта стадия является, по сути, отправной точкой. Именно поэтому действиям, предпринимаемым на этом этапе, необходимо уделить достаточное время и внимание. В процентном соотношении доля временных затрат, связанных с диагностикой предприятия, в общем объеме работ может достигать 50%. Существующее состояние компании определяет степень и глубину необходимых изменений.

Однако во многих организациях этап диагностики часто упускается из виду или делается плохо, что почти гарантирует провал последующих стадий процесса. Последствия такого подхода очевидны: плановое изменение терпит крах и не реализуется, либо приводит к пагубным результатам.

При планировании изменений необходимо учитывать негативные факторы, связанные с системным риском. Среди негативных факторов, препятствующих проведению изменений для минимизации факторов риска можно выделить сопротивление персонала, несогласованность работы отделов и неправильную тактику руководства по внедрению изменений. Среди

факторов, снижающих эффективность управления в условиях риска, выделим игнорирование эмоциональных составляющих процесса перемен, отсутствие диагностических инструментов и точного видения критериев достижения результата.

Для повышения инвестиционной привлекательности и преодоления факторов риска, негативно влияющих на деятельность туристского предприятия, необходимо выполнить ряд управленческих воздействий:

- 1) поставить перед собой четкие цели;
- 2) представить результат изменений: его количественные и качественные характеристики, положительный эффект для предприятия и для сотрудников;
- 3) разработать план проведения изменений, минимизирующих факторы риска, разбить его на главные этапы и составляющие;
- 4) познакомить с целями и ожидаемым результатом руководителей отделов, проектов, структурных подразделений, менеджеров среднего и низового уровней, превратить их в своих «агентов изменений», которые должны донести до всего персонала идеи так, чтобы не возникало сопротивления;
- 5) проводить специальное обучение всех сотрудников. Для этого можно воспользоваться услугами консалтинговых фирм, психологов, специалистов по внедрению изменений;
- 6) вовлечь в процесс изменения как можно больше сотрудников, чтобы они чувствовали себя ответственными и необходимыми;
- 7) определить, кто из сотрудников больше всех боится изменений: провести с ними беседу, выяснить причины страхов и сопротивления, объяснить необоснованность страхов и показать выгоды;
- 8) определить главные проблемы внедрения изменений на предприятии, причины, виды и формы сопротивления персонала. На основе проведенного анализа составить программу мероприятий по их преодолению.

В качестве инструмента преодоления сопротивления изменениям для минимизации рисков явлений в туристских организациях рекомендуется использовать внутренний маркетинг. Под внутренним маркетингом предприятий индустрии туризма понимается вид управленческой деятельности, направленный на оптимизацию внутренней среды предприятия путем использования маркетингового подхода к управлению персоналом. Данный вид деятельности характеризуется выявлением и удовлетворением потребностей сотрудников («внутренних» клиентов – основного ресурса организации, необходимого для достижения целей предприятия), а также является предпосылкой эффективного удовлетворения ими потребностей внешних клиентов (туристов, отдыхающих), что в итоге ведет к повышению

конкурентоспособности и прибыли.

Роль внутреннего маркетинга заключается в использовании доступных маркетинговых инструментов, прежде всего, для проведения внутримаркетинговых исследований поискового и аналитического характера, результаты которых позволяют оценить готовность коллектива к организационным изменениям, а также выделить наиболее критические для персонала факторы, требующие внимания со стороны руководства. Здесь также проявляется тесная связь внутреннего маркетинга с организационной культурой предприятия, которая выступает в качестве основного фактора, способного снизить сопротивление изменениям, вызванных факторами риска. Следует учитывать, что удовлетворенность работников влияет на качество обслуживания, опосредованно проявляясь, как клиент ориентированность.

Следует также отметить, что при организации управления в условиях системного риска очень важное значение имеет организация коммуникаций и психологическая поддержка персонала. Вопреки широко распространенному мнению, задача коммуникаций не сводится только к обмену информацией, а прежде всего, заключается в попытках достижения единства взглядов людей, основанных на их жизненном опыте.

Формированию эффективной системы управления изменениями на исследуемом предприятии также будет способствовать внедрение системы сбалансированных показателей с использованием программного продукта QPR ScoreCard. Основными результатами внедрения данной системы будут:

- 1) своевременное информирование руководителей о критических ситуациях;
- 2) уменьшение стоимости процесса сбора данных за счет автоматизации;
- 3) единая база данных для хранения показателей;
- 4) автоматическое формирование отчетности;
- 5) доступность результатов в режиме реального времени;
- 6) четко определенные процессы на всех уровнях исполнения.

При этом каждый сотрудник будет понимать основные процессы организации и собственную роль в этих процессах, видеть результативность своих усилий по показателям, сможет качественно улучшать собственную роль в процессах организации.

Следует отметить, что руководству туристского предприятия при формировании эффективной системы управления в условиях системного риска следует соблюдать специфические принципы управления в условиях кризиса, а также определиться с выбором видов и форм коммуникаций. Значительную помощь в данном вопросе может оказать использование автоматизированной системы QPR ScoreCard и внедрение внутреннего маркетинга.

Туристские риски специфически формируются в зависимости от типа региона и по-разному влияют на результаты использования туристских активов. Построение комплексной системы эффективного управления региональными туристскими рисками невозможно без создания единого информационного пространства, которое рассматривается как необходимое условие интеграции многоуровневой модели оценки туристских рисков в систему регионального управления. Грамотное управление рисками в сфере туристских услуг обеспечит стабильный интерес к региону и повысит его туристскую привлекательность [Рекунова, 2011].

Следовательно, надо учитывать, что выделение регионального аспекта системных рисков для туристского предприятия, имеет более важное значение чем отраслевой аспект. Это связано с невозможностью охвата отраслевыми аспектами всего спектра рискованных ситуаций.

Заключение

Несмотря на высокий уровень изученности проблемы рисков в экономике, существует значительное расхождение в теории и практике учения и анализа системных рисков для предприятий сферы туризма. Системные риски оказывают существенное влияние на показатель инвестиционной привлекательности туристского предприятия. Учет регионального аспекта системного риска позволяет детализировать рейтинговый показатель турпредприятия и соответственно уровень его инвестиционной привлекательности для иностранного инвестора. С учетом невозможности диверсификации системных рисков, их детализация и конкретизация является фактически единственным способом управления системными рисками.

Библиография

1. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент. М.: Финансы и статистика, 2006. 192 с.
2. Биржаков М.Б. Экономическая безопасность туристской отрасли. СПб.: ИД «Герда», 2007. 544 с.
3. Волков Ю.Ф. Экономика гостиничного бизнеса. Ростов-н/Д: Феникс, 2003. 384 с.
4. Овчаров А.О. Менеджмент туристских рисков: теоретико-методологический аспект: автореферат дис. ... канд. эконом. наук. М., 2009. 46 с.
5. Райс Т. Финансовые инвестиции и риск. К.: ВНУ, 2005. 592 с.
6. Рекунова С.А. Управление рисками в сфере туристских услуг: автореферат дис. ...канд. эконом. наук. М., 2011. 28 с.
7. Ситникова А.А. Управление хозяйственными рисками в организациях гостинично-

-
- туристского комплекса: дис. ... канд. экон. наук. М., 2005. 313 с.
8. Темный Ю.В., Темная Л.Р. Экономика туризма. М.: Советский спорт, 2003. 416 с.
9. Тепман Л.Н. Риски в экономике. М.: ЮНИТИ, 2012. 377 с.
10. Miller D., Friesen P.H. Longitudinal Study of the Corporate Life Cycle // Management Science. 1984. Vol. 30. № 10. Pp. 1161-1183.

Accounting for systemic risk for determining investment attractiveness of the tourist enterprise

Marina A. Ryndach

Ph.D. in Economics,
Associate Professor at the Department of Management and Tourism Business,
Humanitarian and Pedagogical Academy (branch),
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
298635, 2A Sevastopol'skaya st., Yalta, Republic of Crimea, Russian Federation;
e-mail: rindach@mail.ru

Abstract

The article describes the main approaches to the study of risk, the impact of systemic risk on the investment attractiveness of the tourism business. Analyzes the factors influencing the rating company, on the basis of a discussion of systemic risk. Highlighted the regional dimension of systemic risk tourism business. The introduction of appropriate methods of internal marketing contributes to the preservation of stability and investment attractiveness of the enterprise. Given the main features of the tourist risk from the standpoint of the tourist and recreational complex. The article analyzes regional risks that must be taken into account when calculating the country's rating, considers factors preventing the implementation of changes in the management system of the tourist enterprise in order to minimize risk factors. The work concluded that systemic risks have a significant impact on the index of investment attractiveness of a tourist enterprise. Taking into account the regional aspect of systemic risk allows us to detail the rating indicator of a tourist enterprise and, accordingly, the level of its investment attractiveness for a foreign investor. Given the impossibility of diversification of systemic risks, their specification and specification is in fact the only way to manage systemic risks.

For citation

Ryndach M.A. (2017) Uchet sistemnogo riska pri opredelenii investitsionnoi privlekatel'nosti turist'skogo predpriyatiya [Accounting for systemic risk for determining investment attractiveness of the tourist enterprise]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 7(8A), pp. 203-212.

Keywords

Systemic risk, risk management, investment attraction, tourist enterprise, change management.

References

1. Balabanov I.T. (2006) *Risk-menedzhment* [Risk-management]. Moscow: Finansy i statistika Publ.
2. Birzhakov M.B. (2007) *Ekonomicheskaya bezopasnost' turist'skoi otrasli* [Economic security of tourism]. St. Petersburg: Gerda Publ.
3. Miller D., Friesen P.H. (1984) Longitudinal Study of the Corporate Life Cycle. *Management Science*, 30 (10), pp. 1161-1183.
4. Ovcharov A.O. (2009) *Menedzhment turist'skikh riskov: teoretiko-metodologicheskii aspekt. Doct. Diss. Abstract* [Management of tourist risks: theoretical and methodological aspect. Doct. Diss. Abstract]. Moscow.
5. Rais T. (2005) *Finansovye investitsii i risk* [Financial investments and risk]. Kiev: BHV Publ.
6. Rekunova S.A. (2011) *Upravlenie riskami v sfere turist'skikh uslug. Doct. Diss. Abstract* [Risk management in the sphere of tourist services. Doct. Diss. Abstract]. Moscow.
7. Sitnikova A.A. (2005) *Upravlenie khozyaistvennymi riskami v organizatsiyakh gostinichno-turist'skogo kompleksa. Doct. Diss.* [Management of economic risks in the organizations of the hotel and tourist complex. Doct. Diss.]. Moscow.
8. Temnyi Yu.V., Temnaya L.R. (2003) *Ekonomika turizma* [Economy of tourism]. Moscow: Sovetskii sport Publ.
9. Tepman L.N. (2012) *Riski v ekonomike* [Risks in the economy]. Moscow: YuNITI Publ.
10. Volkov Yu.F. (2003) *Ekonomika gostinichnogo biznesa* [Economy of hotel business]. Rostov-on-Don: Feniks Publ.