

УДК 338.48**DOI: 10.34670/AR.2026.88.85.016****Анализ финансовых рисков в деятельности туристических компаний****Веселов Ярослав Анатольевич**

Бакалавр,
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации,
125167, Российская Федерация, Москва, Ленинградский просп., 49/2;
e-mail: 223685@edu.fa.ru

Аннотация

Данная статья опирается на анализ финансовых рисков в деятельности туристических фирм и гостиниц. Автором применяются конкретные примеры управления и применения представленных рисков. Для анализа автор использует списки литературы, помогающие целостно понять систему риск-менеджмента в индустрии туризма и гостеприимства.

Для цитирования в научных исследованиях

Веселов Я.А. Анализ финансовых рисков в деятельности туристических компаний // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2026. Том 16. № 5А. С. 168-178. DOI: 10.34670/AR.2026.88.85.016

Ключевые слова

Финансовые риски, туристический бизнес, валютные риски, сезонность, ликвидность, банкротство контрагентов, форс-мажорные обстоятельства, инфляционный риск, юридические и фискальные риски, количественные методы, статистический анализ, имитационное моделирование, метод Монте-Карло, анализ чувствительности, метод VaR, экспертные оценки, диверсификация, хеджирование, фьючерсы, форварды, свопы, страхование, резервный фонд, управление рисками, цикличность спроса, внешнеэкономическая конъюнктура, точка безубыточности, гибкое ценообразование.

Введение

Перед началом предпринимательской деятельности и в процессе ее ведения необходимо осуществить комплекс предварительных аналитических мероприятий, направленных на достижение целевых экономических показателей и обеспечение долгосрочной устойчивости. К числу таких мероприятий может относиться: бизнес-анализ, разработка и имплементация финансовых стратегий, моделирование экономических сценариев и др.

Особого внимания в деятельности туристических компаний заслуживает проблематика управления финансовыми рисками. Туристический бизнес, функционирующий в секторе услуг, характеризуется повышенной рисковой нагрузкой вследствие воздействия совокупности внутренних и внешних дестабилизирующих факторов.

Непредвиденные риски экзогенного характера, не поддающиеся контролю со стороны предпринимателя, провоцируют возникновение дополнительных издержек, что оказывает влияние на операционные и финансовые показатели деятельности предприятий отрасли.

Цель исследования – разработать научно-обоснованный подход к управлению финансовыми рисками в туристическом бизнесе для обеспечения устойчивости предприятий отрасли.

Объектом исследования являются методы оценки рисков и контролирующие меры, направленные на создание резервов, страхования, диверсификацию услуг и хеджирование валютных рисков.

Предмет исследования — система управления финансовыми рисками в туристическом бизнесе.

Особое внимание в рамках исследования уделяется валютным рискам, которые представляют собой вероятность финансовых потерь или снижения прибыли из-за колебаний обменных курсов валют при проведении торговых, кредитных и иных операций. Такие риски актуальны не только для частных лиц, но и для компаний, банков, а также организаций в сфере туризма [Альфа Банк, www.alfabank.ru].

Основная часть

Для иллюстрации предложенного подхода разработан гипотетический кейс туристической компании «Путешествуй!», оперирующей на международном рынке. Все данные являются условными и созданы исключительно в учебных целях. Туроператор «Путешествуй!» забронировал 50 номеров в пятизвездочном отеле на Кипре по цене 1500 \$ за номер (всё включено, 7 ночей) с оплатой в долларах США. На момент заключения договора курс составлял 1\$ = 80 Р, то есть общая стоимость бронирования — $50 * 1500 * 80 = 6\,000\,000$ Р. Однако к моменту окончательного расчёта с отелем курс доллара вырос до 95 Р. Теперь для оплаты \$75 000 ($50 * 1500$) туроператору нужно $75\,000 * 95 = 7\,125\,000$ Р. Из-за роста курса валюты компания понесла убыток в размере $7\,125\,000 - 6\,000\,000 = 1\,125\,000$ Р: выручка зафиксирована в рублях, а обязательства перед партнёром — в долларах, и изменение курса привело к дополнительным расходам.

Таким образом, пример с туроператором «Путешествуй!» наглядно демонстрирует валютные риски, с которыми сталкиваются компании на международном рынке. Однако нестабильность финансовых показателей проявляется не только в колебаниях курсов валют, но и в сезонности спроса — факторе, напрямую влияющем на ликвидность предприятия. Рассмотрим подробнее, как сезонность создаёт риски для своевременного выполнения финансовых обязательств.

Сезонность создаёт риски для ликвидности — неспособности компании своевременно выполнять финансовые обязательства. В периоды низкого спроса доходы резко снижаются, а расходы (на содержание инфраструктуры, зарплату персонала, амортизацию) сохраняются или даже растут. Это может привести к нехватке средств для покрытия текущих расходов, выплате зарплат, уплате налогов и других обязательств [Научный результат, www.rtbusiness.ru].

Проблемы, связанные с сезонностью и риском ликвидности:

- В низкий сезон гостиницы, рестораны и другие объекты туризма могут простаивать, что снижает рентабельность.

- В высокий сезон спрос резко возрастает, что требует дополнительных инвестиций в увеличение мощностей (транспорт, персонал, услуги), но эти средства могут быть недоступны из-за низких доходов в межсезонье.

- Инвесторам и кредиторам сложно оценить риски бизнеса, который демонстрирует резкие колебания доходов.

- Кадровые проблемы. В низкий сезон возникает риск увольнения квалифицированного персонала, что ухудшает качество услуг в пиковые периоды.

Ещё один критический риск для туристической отрасли — банкротство контрагентов. После рассмотрения проблем с валютными рисками перейдём к угрозе, которая может парализовать работу компании: неспособность партнёров выполнять свои обязательства.

Банкротство контрагентов — юридически подтвержденная неспособность партнера, в туризме партнерами могут являться отели, туроператоры, турагенты, выполнять свои финансовые обязательства — погашать долги, оплачивать услуги, выполнять условия договоров. Данный риск является значимым, требует комплексного подхода к управлению.

Помимо рисков, связанных с надёжностью партнёров, туристическим компаниям приходится сталкиваться с ещё одной серьёзной угрозой — форс-мажорными обстоятельствами. Если банкротство контрагентов можно частично спрогнозировать и застраховать, то события непреодолимой силы практически не поддаются контролю. Рассмотрим, какие неожиданно возникающие ситуации могут повлиять на деятельность турбизнеса и как к ним подготовиться.

Форс-мажорные обстоятельства называют обстоятельствами непреодолимой силы, это неизбежно-неожиданные ситуации, требующие внимательной подготовки и анализа. Минимизировать форс-мажорные обстоятельства помогает долгосрочное прогнозирование, знание правовой базы и страховых систем [Hotelier.PRO, www.hotelier.pro].

Помимо непредсказуемых событий, серьёзно влияющих на туристическую отрасль, существует ещё один систематический риск — инфляционный. Если форс-мажорные обстоятельства носят временный характер, то обесценивание денег оказывает долгосрочное воздействие на все аспекты бизнеса: от себестоимости услуг до потребительского спроса. Проанализируем, как инфляция сказывается на туристической деятельности.

Инфляционный риск — вероятность финансовых потерь из-за обесценивания денег.

Инфляционный риск в туризме ведет к росту издержек, например, повышение цен на услуги партнёров (отели, перевозчики, гиды), удорожание топлива, питания, страховки, лицензий; рост зарплат персонала и к снижению спроса — падение покупательной способности клиентов — туристы сокращают расходы на отдых или выбирают более дешёвые направления или ждут стабилизации цен.

Помимо экономических рисков, связанных с колебанием цен и покупательной способности, туристические компании сталкиваются с правовыми вызовами. Юридические и фискальные риски возникают на стыке законодательства, договорных обязательств и налоговой системы.

Они могут привести к финансовым потерям, судебным разбирательствам и репутационным издержкам. Разберём ключевые правовые угрозы для турбизнеса.

Юридические риски в туризме – вероятность наступления неблагоприятных правовых последствий для субъектов туристической деятельности в результате несоблюдения законодательства, ненадлежащего выполнения договорных обязательств, возникновения споров с клиентами и партнерами или изменения нормативной базы.

Понимание спектра рисков — от колебаний доходов до юридических угроз — это первый шаг к их управлению. Следующий шаг — измерение и прогнозирование этих рисков с помощью количественных методов. Глубинные интервью, экспертные оценки и анализ обратной связи позволяют превратить разрозненные данные в целостную картину финансовых рисков турбизнеса. Разберём эти инструменты подробнее. [skypro, www.sky.pro]

В рамках прикладного исследования количественные методы реализуются посредством данных инструментов:

- Проведение глубинных интервью с заинтересованными сторонами;
- Формирование экспертных оценок специалистов отрасли;
- Анализ обратной связи потребителей услуг;
- Реализация комплекса аналитических мероприятий, нацеленные на идентификацию и нейтрализацию потенциальных угроз.

Количественные методы представляют собой статистический подход, ориентированный на систематизацию и анализ потенциальных угроз. В контексте финансовой оценки деятельности предприятий туристической сферы данные методы позволяют:

- выразить риски в числовой форме;
- оценить масштаб их влияния на ключевые финансовые показатели;
- построить прогностические модели развития неблагоприятных сценариев.

Ключевые методологические подходы в рамках количественного анализа:

- Статистический (оценка коэффициента вариации) – обеспечивает оценку вариабельности данных и выявление аномальных значений;
- Числовой расчет – помогает оценить риски посредством математических операций и финансовых метрик;
- Имитационное моделирование (метод Монте-Карло) – предполагает генерацию множества сценариев развития событий с учетом случайных факторов, оценивает вероятностное распределение результатов.

- Анализ чувствительности направлен на определение степени влияния изменений ключевых параметров (цены, объемы, затраты) на итоговые финансовые результаты.

Туристическая отрасль характеризуется высокой степенью неопределенности, обусловленной циклическим характером спроса(сезонностью) и высокой чувствительностью (изменениям внешнеэкономической конъюнктуры, политической и экономической ситуации)

Вышеуказанные особенности отраслевой специфики обуславливают высокую актуальность применения количественных методов для:

- Оценки вероятности масштаба рисков и масштаба их последствий;
- Прогнозирование влияния рисков на финансово-экономические показатели предприятий;
- Разработки превентивных мер по минимизации негативных воздействий.

Пример применения количественных методов для анализа рисков в деятельности гостиниц

Гостиница X в городе N с номерным фондом в 100 номеров сталкивается с сезонностью спроса – в летний период загрузка достигает 95%, а в остальное время, то есть в низкий держится на уровне 30-40%. Руководство хочет оценить финансовые риски, связанные с колебаниями загрузки.

Статистический анализ:

- представили данные о загрузке номеров за 3 года с разбивкой по месяцам;
- Рассчитали средний уровень загрузки, который составил 58% (сумма загрузки за 3 года – 2050%, средняя загрузка = $2050\% / 36 = 56,9$
- Далее следует найти стандартное отклонение по формуле

$$\sigma = \sqrt{(\sum(xi - \bar{x})/n),}$$

где

xi – загрузка за отдельный месяц;

$\bar{x}$ - средняя загрузка (56,9%);

n - количество месяцев (36).

Исходя из расчетов, выяснилось, что $\sigma = 18\%$. На основе данного результата можно посчитать коэффициент вариации (CV), который рассчитывается по формуле:

$$CV = \left(\frac{\sigma}{\bar{x}}\right) * 100\%$$

Для данной задачи $CV = (18 / 56,9) * 100\% = 31,6\%$, это указывает на высокую волатильность сезонности.

Исходя из анализа, можно выявить следующую таблицу

Таблица 1 – Сезонные показатели загрузки отеля

Время	Загрузка	Сезон
Июль-август	90-95%	Высокий
Январь-февраль	30-35%	Низкий
Весна и осень	50-60%	Средний

Расчеты дали нам сделать следующие выводы:

- январь-февраль – это критические месяцы с загрузкой ниже точки безубыточности. Необходимо создать финансовый резерв
- июль-август – периоды пикового спроса, которые можно использовать для повышения цен, которые можно использовать для повышения цен, или, например, провести A/B тестирование цен.
- диверсифицировать услуги и применить гибкое ценообразование для среднего сезона.

Таким образом, с помощью статистического анализа удалось не только описать текущую ситуацию, но и количественно оценить риски, связанные с сезонностью, предоставив основу для принятия управленческих решений.

Количественная оценка рисков сезонности — важный шаг в управлении туристической деятельностью. Однако для более глубокого анализа финансовых рисков и прогнозирования потенциальных убытков применяется специализированный статистический инструмент — метод Value at Risk (VaR). Этот метод, широко используемый в инвестиционной и финансовой практике, позволяет определить максимальную величину возможных потерь с заданной вероятностью за определённый период. Рассмотрим, как VaR может быть применён в анализе рисков туристической отрасли [Финансовый анализ, www.1-fn.ru].

С формальной точки зрения VaR характеризует оценочную стоимость, соответствующую максимально ожидаемым убыткам при фиксированном уровне доверительного интервала. Для примера, руководство гостиницы устанавливают доверительный интервал на уровне 85% при потенциальной прибыли в 100 млн. руб., это значит, что с вероятностью 85% размер убытков не

превысит 15 млн. руб. – величину максимально ожидаемых потерь. Для расчета применяется следующая формула:

$$Var = \alpha * \sigma \sqrt{t},$$

где

α – уровень доверительного интервала, вероятность того, что потери не достигнут наихудшего сценария;

σ – стандартное отклонение прибыльности реалезуемого объекта (отражает волатильность доходов);

t – длительность исследуемого интервала.

Туристическая компания организует групповые туры за границу и руководство бы хотело оценить финансовые риски с уровнем доверия 95%, при котором, если посмотреть на значения таблицы из коэффициента VaR, α равен 1,65.

Следующий шаг – рассчитать отклонение от прибыльности (σ). Для этого надо проанализировать компании за последние 12 месяцев, где прибыль от туров колебалась таким образом:

Зима – примерно -1 млн. руб. за месяц

Лето – примерно +5 млн. руб. за месяц;

Осень/весна – примерно +2 млн. руб. за месяц;

Среднее значение прибыли равно $(-1 * 3 + 5 * 3 + 2 * 6) / 12 = 2$ млн руб.

Средняя дисперсия равна $(5 - 2)^2 * 3 + (-1 - 2)^2 * 3 + (2 - 2)^2 * 6 / 12 = 4,5$, дисперсия равна $\sqrt{D} - \sqrt{4,5} = 2,12$.

Компания хочет оценить риски на месяц, т. е. на 30 дней.

$VaR = 1,65 * 2,12 * \sqrt{30} = 19$ млн руб.

С вероятностью 95% убытки турфирмы в течение следующих 30 дней не превысят 19 млн рублей. Это значит:

- в 5% случаев (100% – 95%) потери могут быть больше этой суммы;
- компания может использовать этот расчёт для формирования резервного фонда или страхования рисков;
- при планировании бюджета нужно заложить потенциальный убыток до 19 млн руб. в месяц.

Заложив в бюджет потенциальный убыток до 19 млн руб. в месяц, необходимо понять: какие факторы могут привести к таким потерям и как их предотвратить? Ответ на этот вопрос даёт метод экспертных оценок — инструмент, позволяющий комплексно анализировать финансовые риски с привлечением квалифицированных специалистов.

В этом помогут экспертные оценки, которые представляют собой информацию, собранная после анализа мнений квалифицированных специалистов (риск-менеджеров, финансовых аналитиков, аудиторов, инвесторов). Квалифицированные специалисты оценивают риски на основе своего опыта, интуиции и анализа доступных данных [Практикум, www.practicum.yandex.ru].

Данный метод используется в ситуациях характеризующимися следующими признаками:

- Качественный характер данных;
- Высокая степень неопределенности;
- Критические ситуации.

Ключевые области применения экспертных оценок:

- оценка инвестиционных и кредитных рисков предприятия;
- прогнозирование волатильности финансовых инструментов;

- анализ рисков внедрения новых финансовых продуктов;
- стратегическое планирование в условиях неопределённости.

На практике риск-менеджеры используют следующие методы сбора и обработки экспертных мнений:

- Анкетные методы — эксперты заполняют опросные листы с оценками рисков.
- Метод «Дельфи» — анонимный опрос экспертов в несколько туров с последующей обработкой результатов.
- Метод комиссий (круглого стола) — коллективное обсуждение и голосование.
- Метод балльных оценок — эксперты присваивают рискам баллы по шкале (например, от 1 до 10).
- Метод ранжирования — упорядочивание рисков по степени важности.
- Парное сравнение — сопоставление рисков парно для определения приоритетности.

Метод экспертных оценок является важным инструментом управления финансовыми рисками, особенно в условиях неопределённости и недостатка данных. Его ключевое преимущество в интегрировании профессионального опыта и интуиции для принятия решений в сложных ситуациях.

Пример применения метода экспертных оценок

Туроператор планирует запустить новый экскурсионный маршрут «Тайны древних монастырей Русского Севера» (5 дней/4 ночи) и нуждается в оценке рисков перед инвестированием в разработку продукта. Статистических данных по аналогичному маршруту нет — он уникален на рынке.

Цель экспертной оценки

Оценить ключевые риски проекта и определить их значимость по 10-балльной шкале (1 — минимальный риск, 10 — максимальный).

Состав экспертной группы (5 человек)

Эксперт 1 — гид с 15-летним стажем по Русскому Северу.

Эксперт 2 — маркетолог туристического агентства.

Эксперт 3 — логист, специализирующийся на организации групповых туров.

Эксперт 4 — финансовый директор туроператора.

Эксперт 5 — представитель регионального туристического комитета.

Применяемый метод

Эксперты оценивают каждый риск независимо, затем результаты усредняются.

Анкета для экспертов

Главная задача – оценить по шкале от 1 до 10, где:

1–3 — низкий риск;

4–6 — умеренный риск;

7–10 — высокий риск.

Таблица 2 – Результаты экспертной оценки

Риск	Эксперты					Средний балл
	1	2	3	4	5	
Низкий спрос из-за узкой тематики маршрута	6	8	5	7	6	6,4
Проблемы с размещением в малых городах	9	7	10	8	8	8,4
Зависимость от погодных условий	8	6	9	7	7	7,4
Недостаточная квалификация местных гидов на промежуточных точках маршрута	7	5	8	6	7	6,6
Рост цен на транспорт	5	4	6	8	5	5,6
Конкуренция с аналогичными турами других операторов	4	7	3	5	6	5,0

На основе экспертных оценок туроператор принял следующие решения:

- Заключить долгосрочные договоры с гостиницами в малых городах, гарантируя загрузку в обмен на фиксированные цены;
- Запланировать запуск маршрута на период с июня по сентябрь, когда дороги в наилучшем состоянии;
- Организовать обучение местных гидов по специальной программе с привлечением историков-религиоведов;
- Разработать маркетинговую кампанию, нацеленную на аудиторию 45+, интересующуюся историей и духовным наследием.
- Заложить в бюджет резерв на случай роста цен на транспорт (+15 % к текущей стоимости аренды автобуса).

Максимальная эффективность применения экспертных оценок достигается при их комплексном использовании с другими методами анализа — статистическими, экономико-математическими и сценарными подходами. Такой гибридный подход позволяет минимизировать субъективность экспертных суждений и повысить обоснованность управленческих решений.

Минимизировав субъективность оценок с помощью гибридного подхода, перейдём к практическим инструментам управления рисками в туризме. Ключевой из них — диверсификация деятельности, позволяющая не зависеть от одного источника доходов.

В сфере туризма диверсификация реализуется через расширение спектра услуг в рамках основной специализации. Например, гостиница дополняет базовые услуги размещения экскурсиями, трансфером, химчисткой, открывает ресторан или спа-комплекс [Skillbox Media, www.skillbox.r].

Добавление услуг, не связанных напрямую с основной деятельностью. Турфирма может открыть сувенирную лавку, агентство по организации мероприятий или пункт проката спортивного инвентаря.

Расширение географии туров: добавление новых направлений, в т.ч. альтернативных или нишевых (экотуризм, гастротуризм и т.д.).

Разработка туров для разных целевых групп: семейный отдых, молодёжные туры, VIP-программы, туры для пожилых людей.

Преимущества диверсификации для туристических компаний:

- снижение зависимости от одного направления бизнеса;
- компенсация убытков одного сегмента за счёт доходов других;
- повышение гибкости реагирования на изменения рынка (кризисы, смена трендов, сезонность);
- привлечение новых сегментов клиентов;
- увеличение среднего чека и лояльности клиентов за счёт комплексного обслуживания.

Ограничения:

необходимость значительных инвестиций на старте;

риск распыления ресурсов и потери фокуса на основном бизнесе;

потребность в новых компетенциях и кадрах;

возможное снижение качества услуг при поспешном расширении.

Диверсификация позволяет турфирмам снизить зависимость от одного направления и привлечь больше клиентов. Однако есть риски, которые не поддаются управлению через расширение услуг или географии: например, резкое изменение курсов валют при работе с зарубежными партнёрами. Как защитить бизнес от таких колебаний? Ответ — хеджирование

валютных рисков с помощью специальных финансовых инструментов [Точка банк, www.tochka.com].

Основные инструменты хеджирования, применяемые в туризме:

Фьючерсы — стандартизированные контракты на покупку или продажу актива по фиксированной цене в будущем, торгуемые на бирже. Обязательны к исполнению. Например, туроператор заключает фьючерсный контракт на покупку валюты по фиксированному курсу, чтобы застраховаться от роста курса при оплате услуг иностранных партнёров.

Форварды — аналогичные фьючерсам контракты, но заключаемые напрямую между сторонами без участия биржи. Часто используются для валютных операций и фиксации цен на услуги. Например, компания заключает форвардный контракт с авиакомпанией на фиксированную стоимость авиабилетов на следующий сезон.

Свопы — соглашения об обмене денежными потоками или активами в будущем. Например, процентный своп позволяет зафиксировать расходы на кредитование, защищая от роста ставок; валютный своп — обменять потоки платежей в разных валютах.

Одним из наиболее эффективных способов компенсировать убытки при неблагоприятных событиях является страхование. Страхование — отдельный инструмент хеджирования рисков, позволяющий компенсировать убытки при наступлении определённых событий. Пример - заключение договора со страховой компанией на покрытие расходов при массовом отказе клиентов от туров (форс-мажор, пандемия, политические кризисы).

Ключевые области применения хеджирования в туризме:

- валютные риски (при работе с иностранными партнёрами);
- ценовые риски (топливо, проживание, питание);
- логистические риски (изменение тарифов на перевозки);
- регуляторные риски (визовые ограничения, закрытие границ).

Заключение

Хеджирование позволяет туристическим компаниям защититься от широкого спектра рисков — от колебаний валют до визовых ограничений. Однако ни один инструмент хеджирования не даёт 100% гарантии защиты. Дополнительной мерой финансовой безопасности выступает создание резервных фондов. Эти фонды предназначены для покрытия непредвиденных расходов и минимизации последствий негативных событий.

Размер фонда определяется исходя из специфики бизнеса, уровня рисков, масштабов деятельности и стратегических целей компании. Обычно составляет от 5 % до 20 % годовой выручки или затрат [УБРИР, www.ubrr.ru].

Формируется отчислениями из прибыли компании до распределения дивидендов. Взносы производятся регулярно до достижения запланированного объёма фонда. Рекомендуется открывать отдельный счёт в надёжном банке с возможностью быстрого доступа к средствам. Средства фонда могут быть направлены только на покрытие убытков, ликвидацию последствий кризисных ситуаций, поддержку ликвидности в период спада. Запрещено использовать резерв на операционные расходы, инвестиции в новые проекты или финансирование неэффективных направлений.

Функции резервного фонда в туризме:

- покрытие убытков в периоды сезонного спада спроса;
- компенсация расходов при форс-мажорах (пандемии, стихийные бедствия, политические кризисы);

- поддержка компании в условиях резкого снижения доходов (например, при отмене массовых туров);

- обеспечение непрерывности бизнес-процессов при временных финансовых затруднениях.

Эффективность данных инструментов зависит от грамотного планирования, регулярного мониторинга рисков и гибкости управленческих решений.

Библиография

1. Валютные риски: как исключить финансовые потери? // Альфа Банк. URL: <https://alfabank.ru/help/articles/deposits/valyutnyj-risk/>.
2. Влияние глубины и интенсивности сезонных колебаний на деятельность гостиниц // Научный результат. URL: <https://nrbusiness.ru/journal/article/3550/>.
3. Как создать финансовый резерв компании на чёрный день // УБРиР. URL: <https://www.ubr.ru/dlya-biznesa/podderzhka-biznesa/spravochnik-predprinimatelja/rezervnyy-fond-kompanii>.
4. Ларионова А.А. Основные факторы финансовых рисков гостиничного бизнеса // 2018. № 48. С. 43–48.
5. Метод Value at Risk // Финансовый анализ. URL: <https://1-fin.ru/?id=281&t=3069>.
6. Рабираем долги: процедура банкротства контрагента и мораторий // Контур Журнал. URL: <https://kontur.ru/articles/5801>.
7. Форс-мажор и обязательства гостиниц. Заметки отельера-юриста // Hotelier.PRO. URL: <https://hotelier.pro/management/item/fors-mazhor-i-obyazatelstva-gostinits-zametki-otelera-yurista/>.
8. Что такое диверсификация и как она помогает инвесторам и бизнесу снижать риски // Skillbox Media. URL: <https://skillbox.ru/media/business/chto-takoe-diversifikatsiya-i-kak-ona-pomogaet-investoram-i-biznesu-snizhat-riski/>.
9. Что такое количественный метод: особенности, применение, примеры // skypro. URL: <https://sky.pro/wiki/analytics/chto-takoe-kolichestvennyj-metod-osobennosti-primenenie-primery/>.
10. Что такое метод экспертных оценок и как его использовать менеджеру проектов // Практикум. URL: <https://practicum.yandex.ru/blog/metod-ekspertnyh-ocenok/>.
11. Что такое хеджирование простыми словами // Точка банк. URL: <https://tochka.com/knowledge/investicii/chto-takoe-hedzhirovanie-prostymi-slovami/>.

Analysis of Financial Risks in the Activities of Tourism Companies

Yaroslav A. Veselov

Bachelor,

Financial University under the Government of the Russian Federation,
125167, 49/2, Leningradskiy ave., Moscow, Russian Federation;

e-mail: 223685@edu.fa.ru

Abstract

This article is based on the analysis of financial risks in the activities of tourism firms and hotels. The author applies specific examples of management and application of the presented risks. For the analysis, the author uses reference lists that help to holistically understand the risk management system in the tourism and hospitality industry.

For citation

Veselov Ya.A. (2026) Analiz finansovykh riskov v deyatel'nosti turistskikh kompaniy [Analysis of Financial Risks in the Activities of Tourism Companies]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 16 (5A), pp. 168-178. DOI: 10.34670/AR.2026.88.85.016

Keywords

Financial risks, tourism business, currency risks, seasonality, liquidity, bankruptcy of counterparties, force majeure circumstances, inflation risk, legal and fiscal risks, quantitative methods, statistical analysis, simulation modeling, Monte Carlo method, sensitivity analysis, VaR method, expert assessments, diversification, hedging, futures, forwards, swaps, insurance, reserve fund, risk management, cyclicalities of demand, foreign economic conjuncture, break-even point, flexible pricing.

References

1. Alfa Bank. (n.d.). Valyutnyye riski: kak isklyuchit' finansovyye poteri? [Currency risks: How to eliminate financial losses?]. <https://alfabank.ru/help/articles/deposits/valyutnyj-risk/>
2. Finansovyy analiz. (n.d.). Metod Value at Risk [The Value at Risk method]. <https://1-fin.ru/?id=281&t=3069>
3. Hotelier.PRO. (n.d.). Fors-mazhor i obyazatel'stva gostinits. Zametki o telera-yurista [Force majeure and hotel obligations. Notes of a lawyer hotelier]. <https://hotelier.pro/management/item/fors-mazhor-i-obyazatel'stva-gostinits-zametki-otelera-yurista/>
4. Kontur Zhurnal. (n.d.). Razbirayem dolgi: protsedura bankrotstva kontragenta i moratoriy [Collecting debts: Counterparty bankruptcy procedure and moratorium]. <https://kontur.ru/articles/5801>
5. Larionova, A. A. (2018). Osnovnyye faktory finansovykh riskov gostinichnogo biznesa [The main factors of financial risks of the hotel business]. (48), 43–48.
6. Nauchnyy rezultat. (n.d.). Vliyaniye glubiny i intensivnosti sezonnykh kolebaniy na deyatel'nost' gostinits [The influence of the depth and intensity of seasonal fluctuations on the activities of hotels]. <https://rnbusiness.ru/journal/article/3550/>
7. Practicum. (n.d.). Chto takoye metod ekspertnykh otsenok i kak yego ispol'zovat' menedzheru proyektov [What is the expert assessment method and how to use it for a project manager]. <https://practicum.yandex.ru/blog/metod-ekspertnyh-ocenok/>
8. Skillbox Media. (n.d.). Chto takoye diversifikatsiya i kak ona pomogayet investoram i biznesu snizhat' riski [What is diversification and how it helps investors and businesses reduce risks]. <https://skillbox.ru/media/business/chto-takoe-diversifikatsiya-i-kak-ona-pomogaet-investoram-i-biznesu-snizhat-riski/>
9. Skypro. (n.d.). Chto takoye kolichestvennyy metod: osobennosti, primeneniye, primery [What is a quantitative method: Features, application, examples]. <https://sky.pro/wiki/analytics/chto-takoe-kolichestvennyj-metod-osobennosti-primenenie-primery/>
10. Tochka Bank. (n.d.). Chto takoye khedzhirovaniye prostymi slovami [What is hedging in simple terms]. <https://tochka.com/knowledge/investicii/chto-takoe-hedzhirovanie-prostymi-slovami/>
11. UBRiR. (n.d.). Kak sozdat' finansovyy rezerv kompanii na chyomyy den' [How to create a company's financial reserve for a rainy day]. <https://www.ubrr.ru/dlya-biznesa/podderzhka-biznesa/spravochnik-predprinimatelya/rezervnyy-fond-kompanii>