

УДК 005.334.4:338.486.2

**І.Р. Удуд**, канд. екон. наук

Львівський інститут економіки і туризму, м. Львів, Україна

## **РИЗИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ШЛЯХИ ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**И.Р. Удуд**, канд. экон. наук

Львовский институт экономики и туризма, г. Львов, Украина

## **РИСКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПУТИ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ БАНКРОТСТВА ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ**

**Ivanna Udud**, PhD in Economics

Lviv State Institute of Economy and Tourism, Lviv, Ukraine

## **RISKS IN BUSINESS AND WAYS TO PREVENT BANKRUPTCY OF TOURISM ENTERPRISES**

*Досліджено основні причини виникнення ризиків у туристичних компаніях та шляхи їх подолання.*

*Ключові слова:* ризики, банкрутство, туристичні підприємства.

*Исследованы основные причины возникновения рисков в туристических компаниях и пути их преодоления.*

*Ключевые слова:* риски, банкротство, туристические предприятия.

*The main causes of the risks of travel companies and how to overcome them.*

*Key words:* risk, bankruptcy, tourist enterprises.

**Постановка проблеми.** Будь-яке туристичне підприємство відчуває економічні ризики, пов'язані з його виробничою, комерційною, посередницькою та іншою діяльністю, а підприємець відповідає за наслідки управлінських рішень, які приймаються. Фактор ризику змушує підприємця економити фінансові та матеріальні ресурси, розраховувати ефективність нових проектів, комерційних угод.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Необхідно відзначити, що в економічній літературі існує чимало робіт, присвячених теоретичним й практичним питанням визначення ризиків. Різними аспектами цієї проблеми займалися відомі зарубіжні і вітчизняні вчені: Ф. Найт, А.П. Альгін, І.Р. Бузько, М.П. Бутко, В.В. Вітлінський, Н.М. Внукова, В.М. Гранатуров, М.С. Грінберг, В.П. Ільчук, Т.С. Клебанова, М.С. Клапків, В.С. Асаулко, А.О. Овчаров, О.О. Охріменко, М.В. Тяжова, А.Т. Яковенко, Г.В. Козаченко, О.М. Ляшенко, С.М. Шкарлет.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Багато науковців досліджувало ризики у туристичних підприємствах та управління ними, але конкретних шляхів вирішення запобігання банкрутства ніхто не пропонував.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є дослідження ризиків, які бувають на туристичних підприємствах і вирішення шляхів запобігання банкрутству на підприємстві.

**Виклад основного матеріалу.** Термін "ризик" походить від давньоримського "risco", яке спочатку означало рифи і пов'язану з ними небезпеку корабельної аварії. Ризики можуть бути пов'язані з конкретною особою, майном або зі змінами в оточенні й умовах функціонування певного об'єкта.

Події, про які йдеться, можуть викликатися факторами, які не підкоряються людині (природні катастрофи, смерть унаслідок хвороби тощо). Вони також можуть провокуватися третіми особами (пожежі, пограбування) або ініціюватися самими постраждалими (наприклад, управління власною фірмою).

Якщо такі події настають, то це призводить до втрати майна, зменшення його вартості або змушує нести додаткові фінансові витрати. Такі наслідки подій називаються збитками. Якщо ці наслідки можна оцінити у вартісному вигляді, то йдеться про матеріальні збитки.

Матеріалізація ризику в господарській діяльності підприємства спричинює відхилення від намічених планів, зокрема у вигляді незапланованих витрат, збитків або зменшення запланованих доходів. У зв'язку з цим економічний або господарський ризик відіграє дуже важливу роль у діяльності туристичного підприємства. Він зумовлює завдання збитків господарству підприємства, коливання кон'юнктури, змін на ринку збуту і зміну поведінки клієнтів.

Фактор ризику особливо посилюється в умовах нестабільного стану економіки, який супроводжується інфляційними процесами, дорогими кредитами тощо.

Ризик у туристичній діяльності – це ймовірність того, що підприємство зазнає збитків або витрат, якщо прийняте управлінське рішення не здійсниться, а також якщо під час прийняття цих рішень були допущені прорахунки чи помилки. Ризик закладено в самій сутності підприємницької діяльності, оскільки підприємець самостійно розпоряджається засобами виробництва, вибирає сферу діяльності, але не завжди діє правильно. В ринкових умовах підприємець постійно конкурує з іншими підприємцями і немає гарантії, що він вийде переможцем.

Підприємницький ризик – це ризик, який виникає в будь-яких видах підприємницької діяльності підприємця. В абсолютному значенні ризик може бути представлений матеріально-речовими або вартісними показниками. У відносному вигляді ризик може бути визначений як співвідношення суми можливих витрат до вартості основних і оборотних фондів.

У туризмі до витрат належать незаплановані матеріальні витрати, прямі грошові витрати в результаті перевитрат грошей, незапланованих виплат, інфляції, зміни валютних курсів, розкрадання, витрати робочого часу в результаті непередбачених обставин тощо.

Підприємницький ризик можна поділити на виробничий, фінансовий, інвестиційний і страховий.

Виробничий ризик пов'язаний безпосередньо з господарською діяльністю підприємства і визначається як ймовірність невиконання підприємством своїх зобов'язань за контрактом або угодою із замовником. Він виражається ризиком у реалізації товарів і послуг, помилок у ціновій політиці, ризиком банкрутства.

У туристичній діяльності можна виділити такі виробничі ризики:

- ризик повного припинення діяльності з якогось напрямку через неможливість поїздки туристів унаслідок форс-мажорних обставин (військові дії, стихійні лиха, епідемії тощо);

- ризик неотримання або несвоєчасного отримання грошових коштів за реалізовані туристичні продукти і послуги;

- ризик відмови клієнта від туристичної поїздки;

- ризик відмови укладених угод про надання позик, інвестицій або кредитів;

- ціновий ризик, пов'язаний із визначенням ціни на туристичну продукцію й послуги. Він особливо зростає в умовах швидкої інфляції;

- ризик банкрутства як ділових партнерів, так і самого туристичного підприємства.

Фінансовий ризик – це ймовірність отримання збитків у результаті проведення відповідних операцій у фінансово-кредитній і біржовій сферах, здійснення операцій із цінними паперами. До фінансових ризиків відносять кредитний ризик, процентний (відсотковий) ризик, валютний ризик, ризик втраченої фінансової вигоди.

Кредитний ризик пов'язаний із несплатою позичальником основного боргу і відсотків, нарахованих за кредит.

Відсотковий ризик – це загроза витрат комерційними банками, кредитними установами, інвестиційними фондами через те, що в результаті підвищення процентних ставок, виплачуваних ними по залучених коштах, вони починають перевищувати ставки за наданими кредитами.

Валютні ризики відображають загрозу валютних витрат, пов'язаних зі зміною курсу однієї іноземної валюти стосовно іншої, в тому числі національної валюти, при здійсненні зовнішньоекономічних, кредитних та інших валютних операцій. Для туристичних підприємств цей ризик завжди має суттєве значення.

Ризик утраченої фінансової вигоди визначається ймовірністю фінансового збитку, який може виникнути в результаті нездійснення якого-небудь заходу або припинення діяльності туристичного підприємства.

Інвестиційні ризики.

Нові туристичні проекти мають три види ризиків:

- ризик, пов'язаний із технічними нововведеннями;
- ризик, пов'язаний з економічною або організаційною сторонами виробництва;
- ризик, що визначається "молодістю" підприємства.

Абсолютний ризик оцінюється у грошових одиницях (гривнях, доларах, євро тощо), а відносний ризик – у частках одиниці або відсотках. Наприклад, ризик у підприємстві можна вимірювати абсолютною величиною – сумою збитків і витрат, а відносною – ступенем ризику, тобто ймовірності нездійснення запланованого заходу або недодержання запланованого рівня прибутку, доходу, ціни.

Підприємницький ризик формується під впливом об'єктивних (екзогенних) і суб'єктивних (ендогенних) факторів.

До найбільш важливих екзогенних факторів у туризмі належать політичні чинники, інфляція, зміна податкових ставок і митних зборів, зміна вартості оренди тощо. Ендогенні фактори пов'язані з помилками й упущеннями керівництва і персоналу, загальним ставленням керівництва до ризику. Виділяють такі зони підприємницького ризику:

- зону допустимого ризику, в якій підприємець відшкодовує витрати й отримує середній прибуток;
- зону критичного ризику, в якій підприємець відшкодовує тільки витрати виробництва;
- зону катастрофічного ризику, в якій підприємець не тільки не відшкодовує витрати, але і знаходиться у стані банкрутства.

Для уникнення або зменшення ризику його необхідно оцінити. Для цього використовуються статистичні, експертні та розрахунково-аналітичні методи. Статистичний метод включає в себе комплексний аналіз системи показників туристичної фірми за визначений проміжок часу, їх зіставлення і розрахунок ризику. Експертний метод передбачає використання зовнішніх експертів для аналізу стану справ фірми і розрахунку ризику, а розрахунково-аналітичний – аналіз показників фірми на основі науково обґрунтованих концепцій.

Управління ризиком – це практична діяльність із пом'якшення впливу негативних наслідків ризиків на керовану систему, яка передбачає розроблення різних заходів, що сприяють усуненню можливих негативних наслідків ризику. До таких заходів відносять розроблення процедур попереджувального характеру, які включають у себе конкретні рекомендації для осіб, що приймають і реалізують ризикові рішення, розроблення інструкцій із реалізації обраної ризикової альтернативи тощо.

Основні способи зменшення ризику зводяться до такого:

- страхування ризиків (стихійні лиха, автомобільні катастрофи, ризик невиконання зобов'язань партнерами і т. ін.);
- створення спеціального резервного фонду для самострахування за рахунок частини оборотних коштів;
- передача частини ризику іншим особам і організаціям через страхування бізнесу і працівників;

- захист службової або комерційної таємниці через запобігання крадіжкам інформації і розголосу комерційної таємниці.

Страховий ризик. Передумовою виникнення страхування є ризик. Страховий ризик – це певна подія, на випадок якої проводиться страхування та яка має ознаки ймовірності та випадковості настання. Зміст ризику і ступінь його вірогідності визначають межі страхового захисту. За своїм змістом ризик є подією з негативними, особливо невігідними економічними наслідками. Вони можуть виникнути в майбутньому в будь-який момент, у невідомих масштабах. У страхуванні ризику визначаються кількома основними поняттями. Насамперед, ризик – це конкретне явище або сукупність явищ, із виникненням яких відбуваються виплати з утвореного страхового фонду.

Ризик означає невпевненість у можливому результаті. Ми зустрічаємося з ризиком щоденно. Для всіх видів ризиків характерний фактор невизначеності. При усвідомленні ситуації ризику виникають рішення, спрямовані на ліквідацію або максимальне обмеження ситуації ризику. Особливе значення ці питання мають у вирішенні економічних проблем. Туристична діяльність часто пов'язується з можливістю негативних наслідків і несприятливих ситуацій.

Розрізняють такі види ризиків:

- страхові;
- нестрахові.

Страхові ризики – це ризики, які можна застрахувати, нестрахові ризики – ризики, які неможливо застрахувати.

Найбільш численну групу становлять страхові ризики. Щоб встановити, чи є цей ризик страховим, необхідно застосовувати певні критерії.

По-перше, ризик, що включається в розмір відповідальності страхової компанії, має бути з ймовірним характером високого рівня настання.

По-друге, ризик має бути випадковим. Це означає, що об'єкту, який підлягає страхуванню, не загрожує небезпека. При цьому обом сторонам договору страхування конкретний момент настання страхового випадку й можливий обсяг збитку, як і його наслідки, наперед не відомий.

По-третє, випадковість прояву певного ризику доцільно співвідносити з масою однорідних об'єктів. Із цією метою організовується статистичне спостереження, аналіз даних якого дозволяє встановити відповідну прогнозу страхову премію. Крім того, статистична інформація уможливорює висновок про закономірність прояву ризику стосовно сукупності однорідних об'єктів.

По-четверте, настання страхового випадку, яке виражається в реалізації ризику, не повинно залежати від волевиявлення страховика або інших зацікавлених осіб. Недоцільно приймати на страхування спекулятивні ризики.

По-п'яте, момент настання страхового випадку не можна визначити ні за часом, ні у просторі.

По-шесте, страхова подія не може мати розмірів катастрофічного лиха, тобто охоплювати масу в межах величезної сукупності, спричиняючи масові збитки.

По-сьоме, шкідливі наслідки реалізації ризику необхідно виміряти й оцінити. Сукупність страхових ризиків складає обсяг страхової відповідальності за договором страхування, який виражається за допомогою страхової суми договору. Ціна ризику у вартісному вираженні оцінюється тарифною ставкою, яка розраховується на 100 грошових одиниць страхової суми або у відсотках до її абсолютної величини. страхова компанія має постійно стежити за зміною ризику в тих чи інших туристичних підприємствах, вести відповідний статистичний облік, аналізувати й обробляти інформацію. Опираючись на одержані результати про можливу динаміку ризиків, страховик проводить його оці-

нювання. Воно полягає в аналізі всіх ризикових обставин, що характеризують показники ризику. Страховий захист господарської діяльності туристичних підприємств практично охоплює три великі групи подій:

1. Страхування від вогню та інших видів стихійних лих:

- споруд і обладнання;
- оборотних коштів;
- майна третіх осіб;
- готівкових і цінних паперів;
- особистого майна працівників, за винятком наявних цінних паперів та ювелірних виробів;
- витрат на обладнання приміщень.

2. Страхування від наслідків злочинної діяльності:

- викрадення обладнання, товарів, майна третіх осіб, готівки, акцизних знаків, облігацій, векселів, чеків, ювелірних виробів і злитків дорогоцінних металів;
- терористичних актів, здійснюваних із метою утворення хаосу, залякування;
- актів вандалізму.

3. Страхування від техногенних збитків:

- електричні розряди;
- аварії водопроводу або опалювальної мережі;
- розлив стоків;
- зіткнення "чужого" автомобіля з об'єктом, який знаходиться у власності фірми;
- биття скла (вікон, прилавків, вітрин і рекламних табло, дзеркал тощо).

Розвинуті страхові ринки, такі як у США або країнах Західної Європи, мають спеціалізовані сектори страхування туризму. Крім цього, на цих ринках неспеціалізовані страхові компанії здійснюють діяльність типу "all risk" зі страхування від усіх видів ризику. Ціни страхових послуг формуються залежно від ризику, ринкової кон'юнктури, а також від конкуренції між учасниками ринку.

На відміну від суспільної або державної підтримки, сутність страхування полягає в тому, що необхідні для нього кошти виділяються самими застрахованими суб'єктами. У результаті укладення договору страхування туристична фірма отримує страховий захист у формі послуги, пропорційної фінансовим витратам на внески. Можна виділити такі переваги, які отримує туристична фірма завдяки страхуванню:

- перекладання на страховика визначених видів ризику (функція передачі ризику внаслідок страхових внесків). Туристична фірма отримує можливість оцінити величину цих видів ризику і включити їх у ціну туристичного продукту у формі страхових внесків. Значення страхування полягає передусім у зменшенні або в повному виключенні необхідності накопичувати кошти для компенсації ймовірних збитків, а також появи відчуття небезпеки;

- у разі виникнення страхового випадку економічні наслідки втрати всього майна або його частини компенсуються грошовими коштами, а застрахований суб'єкт повертається в стан, в якому він був до завдання збитків (функція компенсації збитків);

- страховий захист більш дешевий, ніж формування власних фінансових резервів і безперервна підтримка їх на рівні, необхідному для покриття ймовірних збитків. Крім цього, накопичення резервів для досягнення обговорених цілей не дає жодних податкових привілеїв або пільг. Водночас страхові внески включаються в собівартість і зменшують податкову базу або іншим чином зменшують податки;

- страхування підвищує шанси на отримання туристичною фірмою кредитів, оскільки зростає її надійність з погляду банку внаслідок того, що частина можливих видів ризику переноситься на третю сторону. Крім цього, страхування відіграє роль забезпе-

чення кредиту у формі гарантії його повернення. Страхування від пожежі має важливе значення при отриманні піротехнічного кредиту, автотранспортне страхування – при фінансуванні купівлі автомобіля або при отриманні його в лізинг;

- у результаті укладення договору страхування прямим і матеріальним способом оформляються юридичні відносини з третіми особами (функція нейтралізації). Завдяки страхуванню громадянської відповідальності обов'язки здійснювати страхову виплату переходять від туристичної фірми до страхувальника. Виконання претензій з боку самої туристичної фірми на відшкодування збитків і виконання інших зобов'язань однозначно лягають на страхувальника, що попереджає можливі конфлікти багатосторонніх інтересів. Аналогічно реалізуються й різні форми страхування клієнтів, наприклад, паркінгові, багажу, від нещасних випадків, медичні тощо;

- у разі смерті співвласника туристичної фірми страхувальник надає кошти спадкоємцям для покриття можливих різноманітних заборгованостей і цим самим виключає подрібнення базового капіталу;

- страхування позитивно впливає на обмеження видів ризику, завдяки чому увага концентрується не на охоплених ним загрозах.

**Висновки і пропозиції.** Управління ризиком у діяльності туристичного підприємства повинно сприяти досягненню основних цілей на шляху елімінації загроз та пошуку вирішення поставленої проблеми. Оцінка ризику становить інформаційний ґрунт для вибору адекватних методів управління ним. Контроль за рівнем ризику дозволяє обмежувати можливі втрати і примножувати потенційні переваги, які є наслідком реалізації ризику.

Управління ризиком означає не лише знати, що він є, але й дозволяє ідентифікувати його, а також дати йому кількісну та якісну оцінку. А от які саме методи управління ризиками застосовувати у своїй практиці, туристична фірма повинна обирати сама. Це положення є однією з найважливіших умов забезпечення ефективної діяльності фірми в індустрії туризму. Використання широкої гами методів і прийомів управління ризиками дає змогу розробити адекватні стратегії реагування та сприяє більш ефективному використанню засобів та покращенню конкурентної позиції туристичного підприємства.

#### Список використаних джерел

1. *Алейникова Г. М.* Организация и управление турбизнесом / Г. М. Алейникова. – Донецк : ДЦТБ, 2002. – 117 с.
2. *Бутко М. П.* Вплив регіонального менеджменту на рівень реалізації туристичного потенціалу / М. П. Бутко, Л. О. Самко // Інноваційна економіка. – 2012. – № 4.
3. *Дурович А. П.* Маркетинг в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск : Новое знание, 2001. – 496 с.
4. *Ротар А. В.* Економічна доповідь: Діяльність підприємств сфери послуг у 2003 році / А. В. Ротар, Д. І. Поліщук // Поточний архів Чернівецького обласного управління статистики. – 2004. – 19 квіт. (№ 5-2/1). – 9 с.
5. *Михайличенко Г.* Удосконалення технології створення туристичного продукту / Г. Михайличенко // Вісник КДТЕУ. – 2000. – № 2. – С. 41–50.