

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра финансов и кредита

АВТОРЕФЕРАТ

на выпускную квалификационную работу (магистерскую работу)

по направлению 38.04.01 Экономика

профиль «Финансовое планирование»

студентки 3 курса экономического факультета

Таякиной Юлии Геннадьевны

**Тема работы: «Особенности финансового планирования в
туристическом агентстве»**

Научный руководитель:

профессор кафедры финансов и кредита, д.э.н. _____ И.Э. Жадан

Зав. кафедрой финансов и кредита, к.э.н., доцент _____ О.С. Балаш

Саратов 2019

Актуальность темы. Туризм в России является одной из самых своеобразных и специфических сфер деятельности. За годы реформ туристская индустрия претерпела существенные качественные преобразования, что обусловлено ее спецификой - замкнутостью на человека, как конечного получателя туристских услуг. Ориентированность на человека определяет то, что в преобразованиях, которые произошли в отрасли за последние годы, четко отразились сложные социально - экономические процессы, которые имели место в обществе.

Одной из отличительных особенностей туризма, выделяющей его из числа других сфер экономики является его динамичное развитие. Индустрия туризма не только претерпела глубокие внутренние преобразования, но и динамично развивалась, увеличивая из года в год объемы оказываемых населению услуг.

На современном этапе развития мировой экономики и политики, в силу различных причин: падение курса национальной валюты влияет на доступность путешествий значительной группе населения России, что впоследствии ставит под угрозу существование множества туристических фирм и операторов; череда банкротств туристических фирм, ориентированных на выездной туризм, свидетельствует о том, что в стране существует проблема отрицательного сальдо туристического потока и неразвитой инфраструктуры для внутреннего туризма. Сложившаяся ситуация на рынке туризма в России заставляет искать способы для финансового оздоровления предприятий туризма. Одним из важнейших этапов деятельности туристической фирмы является планирование, т.е. определение цели развития управляемого объекта, перспектив и средств ее достижения, разработка программы, плана действия различной детализации на различные периоды времени.

Целью исследования являлся анализ финансово-хозяйственной деятельности туристической организации, разработка мероприятий по её совершенствованию в современных условиях.

Задачи исследования состоят в следующем:

1) определить сущность и значение финансового планирования туристической организации;

2) рассмотреть систему финансовых показателей туристической организации;

3) проанализировать финансовое состояние исследуемой туристической организации, в частности рассчитать и проанализировать коэффициенты финансовой устойчивости, деловой активности, ликвидности и платежеспособности, рассмотреть вероятность банкротства туристической организации;

4) разработать пути совершенствования деятельности исследуемой туристической организации.

Объектом исследования является общество с ограниченной ответственностью Туристическая Компания «Дольче Вита».

Предметом изучения выступают методологические и практические аспекты финансового планирования на туристическом предприятии.

Методологической основой исследования стали такие методы, как фундаментальный анализ, технический анализ, методы экономического прогноза. В процессе изучения и обработки материалов применялись экономико-статистический, расчетно-конструктивный, описательный методы, использовались основные приемы анализа. Информационную базу исследования составили нормативно-правовые документы в сфере туризма, работы отечественных и зарубежных авторов, статистические сборники, материалы научно-практических конференций, публикации в периодической печати, тематические интернет-ресурсы. В отечественной науке и практике существенный вклад в разработку проблем индустрии туризма внесли В.И. Азар, А.Ю. Александрова, Н.В. Анчукова, Ю.К. Байназаров, А.И. Балабанов, М.Б. Биржакова, А.Т. Быков, Н.И. Гаврильчак, Е.В. Егоров, В.И. Зорин. В мировой экономике эти проблемы затрагивали также зарубежные ученые, такие как А. Булл, Ф. Веллас и др. Так же были использованы отчетные и технологические материалы, предоставленные руководством турфирмы ООО ТК «Дольче Вита».

Научная новизна состоит в поиске, исследовании и использовании стратегических подходов к повышению эффективности финансового планирования на предприятиях туризма в современных условиях. Научная новизна проведенного исследования также определяется, разработанным по результатам финансового анализа, комплексом мероприятий, направленных на совершенствование и развитие системы финансового планирования.

Структура работы представляет собой введение, три главы, заключение, список использованной литературы.

Во **введении** представлена актуальность выбранной темы исследования, показана ее теоретическая и практическая значимость; определены объект, предмет, цель и задачи исследования, а также освящена степень разработанности проблемы.

Первая глава раскрывает понятие финансового планирования, его роль и значение в сфере туризма.

Во **второй главе** представлена и проанализирована действующая практика туристического агентства на примере ООО Туристическая компания «Дольче Вита».

В **третьей главе** представлены рекомендации по улучшению финансового состояния туристической компании «Дольче Вита», разработанные на основе финансового планирования и бюджетирования, а также дана оценка эффективности этих рекомендаций.

Заключение включает в себя выводы исследований основных направлений финансового планирования и бюджетирования в туризме, и рекомендации по внедрению предложенной программы совершенствования.

Основное содержание работы. В первой главе «**Теоретические основы финансового планирования в туристическом бизнесе**» рассмотрели процесс финансового планирования, включающий два этапа. На первом этапе анализируются финансовые показатели за предыдущий период компании. Для этого используются основные финансовые документы туристской фирмы - бухгал-

терский баланс, отчеты о прибылях и убытках, о движении денежных средств. Второй этап предусматривает составление основных прогнозных документов, которые находятся между собой в определенной взаимосвязи через показатели, которые в них содержатся.

Весь процесс финансового планирования можно представить на Рисунке 1.

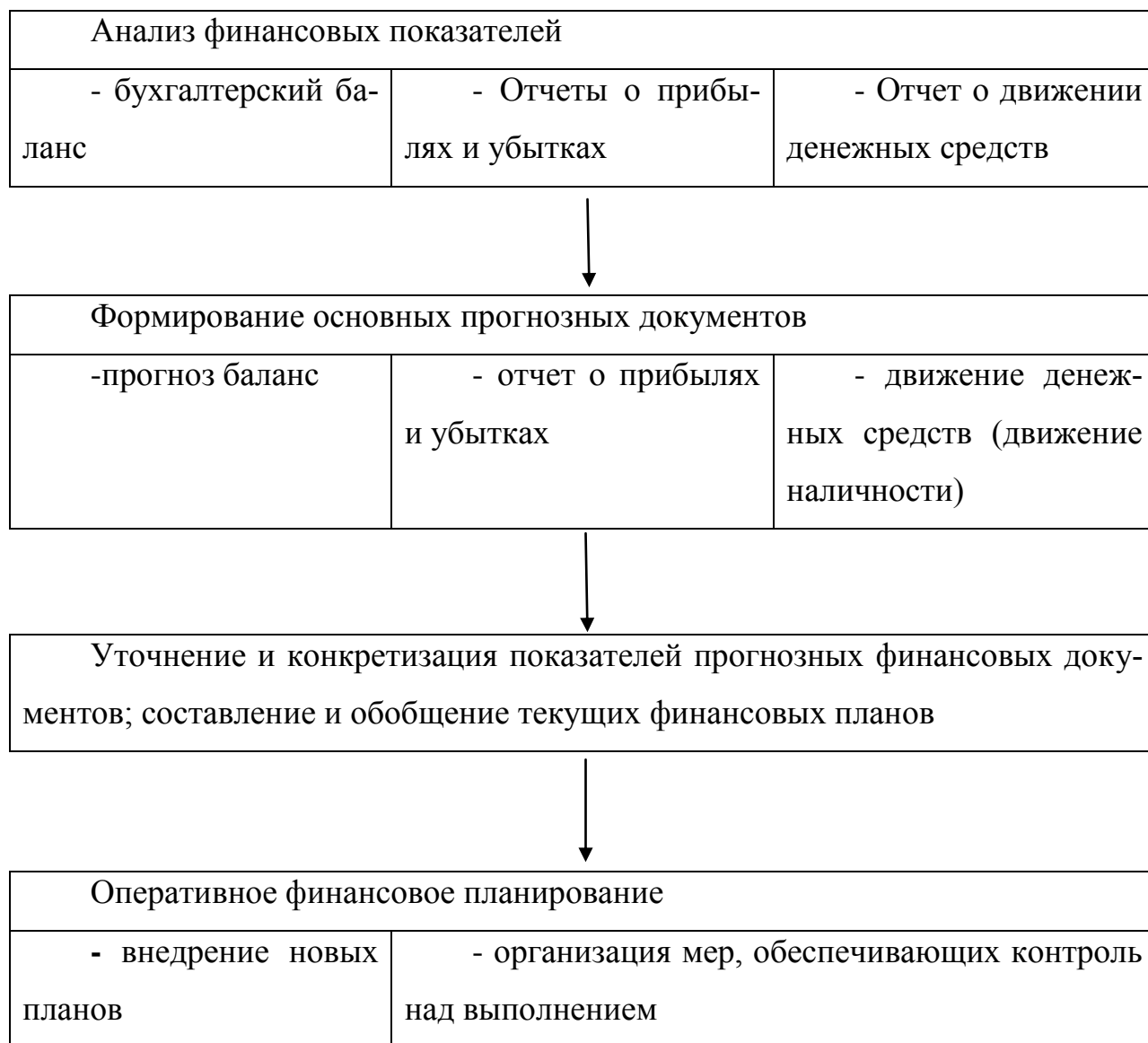


Рисунок - 1 Процесс финансового планирования

В работе показана значимость анализа хозяйственной деятельности. С его помощью вырабатываются стратегия и тактика развития предприятия, обосновываются планы и управленческие решения, осуществляется контроль за их выполнением, выявляются резервы повышения эффективности, оценивается ре-

зультаты деятельности организации, ее подразделений и работников. Его рассматривают в качестве одной из функций управления предприятием. Известно, что система управления состоит из следующих взаимосвязанных функций: планирования, учета, анализа и принятия управленческих решений. Планирование представляет главную функцию в системе управления организацией, именно она определяет направление и содержание деятельности предприятия, его структурных подразделений и даже отдельных сотрудников. Отметим, что неотъемлемой частью финансовой работы на предприятии туризма является финансовый анализ и оценка финансового состояния компании.

Что бы выжить в современных экономических условиях, которые сложились на туристическом рынке, и не допустить банкротства предприятия, нужно хорошо знать, как управлять финансами, какой должна быть структура капитала по составу и источникам образования, какую долю должны занимать собственные средства, а какую – заемные. Следует знать и такие понятия как деловая активность, ликвидность, платежеспособность, кредитоспособность предприятия, порог рентабельности, запас финансовой устойчивости, степень риска и др. Необходимо своевременно выявлять и устранять недостатки в финансовой деятельности и находить резервы улучшения финансового состояния туристического предприятия и его платежеспособности.

Таким образом, система контроля выявляет и очерчивает те сферы деятельности, функционирование которых не удовлетворяет целевым значениям. Если показатели реального положения некоторого подразделения лучше намеченных, то это может означать, что его менеджеру следует дать прибавку к заработной плате, хотя это же может означать, что целевые значения показателей в процессе планирования были занижены и поэтому в будущем нужно их увеличить. И наоборот, неспособность выхода на уровень достижения финансовых целей может означать и изменение рыночных условий, и несоответствие руководителей занимаемой должности, и установку целевых значений показателей на завышенном, нереалистичном, недостижимом уровне.

Во второй главе **«Анализ действующей практики в ООО Туристическая компания «Дольче Вита»** рассмотрели общие характеристики туристической компании и провели анализ финансового состояния.

Туристическое агентство ООО Туристическая Компания «Дольче Вита» было основано в 2006 году. ООО ТК «Дольче Вита» является сетевым агентством и осуществляет деятельность под торговой маркой TUI на основании лицензионного договора на товарный знак. TUI Group – группа компаний, занимающая лидирующие позиции на мировом туристическом рынке.

TUI активно развивает розничную сеть собственных и уполномоченных агентств: в России работает более 400 турагентств под брендом TUI. Франчайзинговое предложение TUI было разработано, опираясь на огромный опыт работы с франчайзингом международного туроператора TUI, исследования рынков России и СНГ и при непосредственном участии европейских партнеров компании. Для TUI важно качественно отличаться от конкурентов – это одна из основных задач развития франчайзинга под брендом TUI.

Общество с ограниченной ответственностью Туристическая Компания «Дольче Вита» имеет свидетельство о внесении сведений в Общероссийский единый добровольный реестр турагентов от 21 октября 2016г. Реестровый номер: 3053.

ООО ТК «Дольче Вита» имеет право на применение упрощенной системы налогообложения. Этим правом оно пользуется с 2006г. Данная система используется турагентством ООО ТК «Дольче Вита» по схеме: агентство уплачивает единый налог по ставке 6% от суммы всего дохода, полученного по итогам отчетного периода. Расходы, понесенные турагентством, в расчете налогооблагаемой прибыли не участвуют. Объектом налогообложения являются доходы.

Представленный анализ финансового положения и эффективности деятельности турагентства TUI - ООО ТК «Дольче Вита» выполнен за период с 01.01.2016 по 31.12.2017 г. на основе данных бухгалтерской отчетности организации за 2 года. А именно бухгалтерский баланс на 31 декабря 2016 года

и бухгалтерский баланс на 31 декабря 2017 года; отчет о финансовых результатах за период с 1 по 31 декабря 2016 года и Отчет о финансовых результатах за период с 1 по 31 декабря 2017 года; оборотно – сальдовая ведомость за 2016 год и Оборотно – сальдовая ведомость за 2017 год.

По результатам анализа можно сделать оценку и выводы относительно финансового состояния компании. Ниже по качественному признаку обобщены важнейшие показатели финансового положения (по состоянию по состоянию на 31.12.2017) и результаты деятельности ООО Туристическая Компания «Дольче Вита» за рассматриваемый период .

Показатели финансового положения и результатов деятельности ООО Туристическая Компания «Дольче Вита», имеющие исключительно хорошие значения:

- коэффициент абсолютной ликвидности полностью соответствует нормальному значению;
- чистая прибыль составляет значительный процент от совокупной стоимости активов организации (62,77% за период 01.01–31.12.2017);
- абсолютная финансовая устойчивость по величине излишка собственных оборотных средств;
- прибыль от финансово-хозяйственной деятельности за 2017 год составила 1 719 тыс. руб. (+1 555 тыс. руб. по сравнению с предшествующим годом);
- положительная динамика прибыли до процентов к уплате и налогообложения (ЕБИТ) на рубль выручки организации (+12,9 коп. к 4,5 коп. с рубля выручки за 2016 год).

Положительно характеризующим результаты деятельности организации показателем является следующий – за 2017 год получена прибыль от продаж (6 885 тыс. руб.), более того наблюдалась положительная динамика по сравнению с предшествующим годом (+32 тыс. руб.).

Показателем, имеющим значение на границе норматива, является следующий – незначительная отрицательная динамика прибыльности продаж (-

1,8 процентных пункта от рентабельности за период с 01.01.2016 по 31.12.2016 равной 54,5%).

В ходе анализа были получены следующие показатели, неудовлетворительно характеризующие финансовое положение организации:

- коэффициент автономии имеет неудовлетворительное значение (0,014);
- на 31 декабря 2017 г. коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами имеет значение, не соответствующее нормативному (0,01);
- коэффициент текущей (общей) ликвидности не укладывается в нормативное значение;
- уменьшение собственного капитала организации ООО Туристическая Компания «Дольче Вита» при том что, активы организации значительно увеличились (на 83,5%).

В ходе анализа был получен лишь один показатель, имеющий критическое значение – коэффициент покрытия инвестиций значительно ниже нормы (доля собственного капитала и долгосрочных обязательств в общей сумме капитала организации составляет 5% (нормальное значение для данной отрасли: не менее 70%).

В качестве одного из показателей вероятности банкротства организации ниже рассчитан Z-счет Альтмана - Таблица 11. Для ООО Туристическая Компания «Дольче Вита» взята 4-факторная модель для частных непроизводственных компаний.

По результатам расчетов для ООО Туристическая Компания «Дольче Вита» значение Z-счета на последний день анализируемого периода (31.12.2017) составило 5,17. Это означает, что вероятность банкротства ООО "Туристическая Компания" «Дольче Вита» незначительная.

В третьей главе работы «Разработка рекомендаций по улучшению финансового планирования на примере ООО Туристическая Компания

«Дольче Вита» предлагаются рекомендации по стратегическому и финансовому планированию.

Стратегическое планирование развития туристической компании ТUI (ООО ТК «Дольче Вита») можно представить в виде последовательных шагов:

- Анализ текущего состояния рынка и потребителя, определение текущего места компании на рынке;

- Прогноз изменений внешней среды на 3-5 лет. Очевидно, что завтра будет отличаться от сегодня, и наша новая задача - по возможности точно спрогнозировать изменения в поведении различных участников рынка и влияющих на них сил - потребителей, каналов сбыта, регулирующих органов, поставщиков, конкурентов и т.д. Среди прогнозируемых событий следует выделить те, что несут возможности для развития, и те, что представляют угрозу;

- Анализ сильных и слабых сторон компании. Это позволит понять, какие отдельные характеристики бизнеса помогут успешно воспользоваться будущими возможностями внешней среды и какие слабые стороны не позволят противостоять угрозам и вынудят принимать особые меры;

- На основании пунктов 1-3 разрабатывается общая концепция развития компании, ее главный стратегический вектор, видение;

- Общая концепция, видение детализируется до планов мероприятий, проектов и бюджетов.

Далее мы проанализировали факторы, воздействующие на деятельность турфирмы ООО ТК «Дольче Вита» с помощью PEST- анализа.

Руководство турфирмы должно быть в курсе тех последних тенденций в области политики, экономики, социальной сферы и технического прогресса, которые непосредственно влияют на его деятельность. Анализ внешней и внутренней среды ООО ТК «Дольче Вита» позволил сделать вывод о комплексном влиянии на предприятие. Из внешних факторов наиболее значительное влияние оказывают политические и экономические факторы. Считается, что туристское предприятие не в состоянии воздействовать на

внешнюю среду, что данная связь носит исключительно однонаправленный характер, и что туристское предприятие должно лишь учитывать влияние внешней среды на свою деятельность.

Подводя итоги внутреннего анализа можно сказать, что в целом фирма имеет много положительных сторон, сильных показателей; это помогает ей оставаться на хорошем счету, а также не быть аутсайдером в конкурентной борьбе.

При построении стратегии стоит учесть и специфику туристического продукта:

- его нельзя складировать или хранить, нельзя представить в виде товарных образцов, для их оценки нет мерных величин (размер, вес, объем, мощность и др.);

- потребитель не может увидеть турпродукт до его потребления, а потребление в большинстве случаев осуществляется непосредственно на месте производства туристской услуги;

- покупатель преодолевает расстояние, отделяющее его от продукта, а не наоборот;

- турпродукт зависит от таких переменных, как время и пространство. Большое значение имеет фактор сезонности. Маркетинговые мероприятия турфирмы будут отличаться в пик сезона и в межсезонье. В межсезонье, например, необходимы дополнительные меры стимулирования спроса — низкие цены, различные дополнительные услуги, варьирование различными видами туризма и т.д.

- значительное влияние на качество туруслуг оказывают внешние факторы, имеющие форс-мажорный характер, то есть независящие от воли и действий продавца и покупателя: погода, природные условия, политика в области туризма, международные события и т.д.

Туристическое агентство «Дольче Вита» является частью одного из мировых лидеров в туризме – TUI Group. TUI пришла в Россию и СНГ, что бы внедрить европейские стандарты качества туристического продукта, предложить

уникальные турпродукты. Стратегия TUI – быть ведущей и прибыльной компанией на российском рынке, предлагая туристам все многообразие вариантов путешествий.

Стратегия не приносит смысла, если не приносит желаемого финансового результата, поэтому неотъемлемыми частями стратегии должен быть финансовый план. В наше время в России в условиях рыночной экономики и большом уровне неопределенности, нестабильности для любого предприятия финансовое планирование является одним из самых важных элементов его деятельности. Основной целью любой коммерческой организации является получение прибыли, а это невозможно без тщательного планирования всех финансовых потоков и процессов предприятия.

Широко распространенным инструментом, используемым для планирования и контроля в организациях, является бюджетирование. Бюджетные системы помогают менеджерам увидеть перспективу деятельности. Смотря в будущее и осуществляя планирование, можно предупреждать возможные проблемы до того, как они возникнут. Внимание руководства может быть сконцентрировано на возможностях вместо борьбы с недостатками.

Следующий рассмотренный этап - составление основных прогнозных документов, находящихся между собой в определенной взаимосвязи через показатели, которые в них содержатся. В состав документов входят прогнозы: прогноз объемов продаж; бюджет движения денежных средств; прогноз отчета о прибылях и убытках; прогнозный баланс.

В исследовании мы применили метод анализа временных рядов с учетом сезонности. Анализируется комиссионное агентское вознаграждение туристического агентства TUI (ООО ТК «Дольче Вита»), полученное от реализации турпродукта.

Проанализировав данные за прошлый 2017 год, мы видим, что в весенне-летний период времени с марта по август включительно, наблюдалась сезонность, объемы продаж возрастали.

Далее рассмотрели бюджет движения денежных средств предприятия. Информация о денежных потоках, которая позволяет оценить способность предприятия генерировать денежные средства и потребности в денежных потоках, консолидируется в системе бюджетного управления с помощью бюджета движения денежных средств. Бюджет движения денежных средств (БДДС) — это план движения расчетного счета и наличных денежных средств в кассе предприятия, отражающий все прогнозируемые поступления и снятия денежных средств в результате хозяйственной деятельности фирмы.

Основной целью разработки плана поступления и расходования денежных средств является прогнозирование во времени валового и чистого денежных потоков организации и обеспечение постоянной платежеспособности на всех этапах планового периода.

Внедрение комплексной системы финансового планирования и бюджетирования на туристическом предприятии параллельно с предложенными рекомендациями также окажет положительное влияние на процесс управления денежными потоками.

Значение внутрифирменного планирования и бюджетирования:

- Разработка системы координат для бизнеса, базы исходных данных для финансового анализа и финансового менеджмента; перевод системы планирования с натуральных и физических единиц измерения на финансовые показатели; повышение финансовой обоснованности принимаемых управленческих решений на всех уровнях управления.

- Рост эффективности использования имеющихся в распоряжении компании и ее отдельных структурных подразделений ресурсов, активов и ответственности руководителей различного уровня управления за предоставленные в их распоряжение ресурсы и активы.

- Создание возможности для оценки инвестиционной привлекательности отдельных бизнесов, которые реализует или которыми собирается заняться в будущем предприятие или фирма.

- Повышение обоснованности выделения финансовых и нефинансовых ресурсов по отдельным направлениям хозяйственной деятельности и видам бизнеса компании; более точное определение направлений инвестиционной политики, направлений реструктуризации предприятия.

- Превращение компании в “финансово прозрачную”, понятную в финансовом отношении для тех, кто вложил в данный бизнес свои деньги.

- Укрепление финансовой дисциплины и сочетание стимулирования более эффективной работы структурных подразделений в интересах всей организации.

- Проведение постоянного мониторинга финансовой эффективности отдельных видов хозяйственной деятельности и структурных подразделений.

- Контроль за изменением финансовой ситуации в компании; повышение финансовой устойчивости и улучшение финансового состояния компании в целом, отдельных структурных подразделений и видов бизнеса.

Данные проведенного анализа показывают, что в ООО ТК «Дольче Вита» нет стройной системы планирования. Об этом свидетельствуют показатели выручки и наличие значительных расходов.

Пути решения проблем на предприятии могут быть следующие:

- повышение эффективности работы с целью обеспечения увеличения объемов продаж;
- исследование рынка покупателей для определения платежеспособного спроса, уточнение требований потребителей к качеству и цене продукции;
- исследование рынка поставщиков, организация конкурса поставщиков с целью повышения качества турпродукта;
- интенсивная работа по подготовке договоров с покупателями и поставщиками;
- реализация новых видов продукции и услуг, удовлетворяющих требования рынка;
- стимулирование платежеспособного спроса;
- активная работа с региональными заказчиками;

- проработка вариантов ассортимента товаров и услуг;
- улучшение финансово-экономического состояния предприятия;
- создание эффективной системы управления финансами (принятие решений, планирование, управленческий и бухгалтерский учет, анализ, оперативное управление);
- снижение затрат;
- ускорение оборачиваемости средств;
- интенсивная работа с дебиторами;
- создание эффективной комплексной системы управления, ориентированной на результат;
- выбор стратегии работы и развития предприятия;
- формирование плана продаж.

Современная экономическая ситуация, связанная с переходом к рыночным отношениям, диктует ООО ТК «Дольче Вита» новый подход к прогнозированию и планированию. Составление прогнозных (бюджетных) планов необходимо для ООО ТК «Дольче Вита», которая намеревается увеличивать объем продаж в будущем в будущем. Предприятие вынуждено искать такие формы и модели прогнозирования, которые обеспечивали бы максимальную эффективность принятых решений. Финансовое планирование и бюджетирование для ООО ТК «Дольче Вита» - это наиболее достоверная оценка и интерпретация событий, которые могут осуществиться в будущем, в определенный момент времени. Информация будет меняться по мере того, как ООО ТК «Дольче Вита» будет развиваться во времени. Бюджетирование должно правильно проводиться и базироваться на четком отслеживании событий, и стать для ООО ТК «Дольче Вита» мощным инструментом с помощью которого оно будет иметь четкое представление о том, что происходит в среде его функционирования и какое влияние она оказывает на его бизнес. Кроме того, финансовый план - это важный документ о намерениях.

Заключение. В системе туризма тесно переплетены интересы экономики и культуры, безопасности и международных отношений, экологии и занятости

населения, гостиничного бизнеса и транспортных организаций. Развитие туризма имеет большое значение как для государства в целом, так и для отдельной личности в частности.

Любая организация, в том числе и туристическое предприятие, находится и функционирует в рамках внешней и внутренней сред. Они предопределяют успешность функционирования компании, накладывают определенные ограничения на операционные действия и в какой-то степени, каждое действие компании возможно только в том случае, если среда допускает его осуществление.

На основе проведенного в данной работе исследования установлено, что эффективная деятельность туристического агентства TUI (ООО ТК «Дольче Вита») невозможна без грамотного финансового планирования. Финансовый план дает возможность скоординировать и организовать деятельность всех составляющих предприятия для достижения положительного результата.

Внедрение системы финансового планирования и бюджетирования является эффективным средством снижения рисков в деятельности ООО ТК «Дольче Вита».

Финансово-экономические показатели деятельности туристического агентства TUI - ООО ТК «Дольче Вита» за 2016-2017 гг. показали, что предприятие, не смотря на кризисные явления в экономике, остается прибыльным и получает доход. В распоряжении туристической фирмы находятся необходимые финансовые ресурсы, сотрудники фирмы имеют большой опыт работы в сфере туризма. Поэтому, если руководство своевременно примет меры по устранению слабых сторон фирмы и появившихся угроз, используя при этом все свои ресурсы и возможности, туристическое агентство ООО ТК «Дольче Вита» продолжит свое эффективное функционирование и останется конкурентоспособным на туристическом рынке.