

6. Графова Т. О. Модель финансового, транзакционного управленческого и стратегического учета интеллектуального капитала // Управленческий учет. 2011. № 4. С. 3–14.
7. Клейменова Н. И. Бухгалтерский управленческий учет : электронное учебное пособие [Электронный ресурс] / Международный банковский институт. Официальный сайт. URL: [http://eos.ibi.spb.ru/umk/8\\_5/5/5\\_R1\\_T6.html#2](http://eos.ibi.spb.ru/umk/8_5/5/5_R1_T6.html#2) (дата обращения: 28.06.2018).
8. Гос. регистрация программы для ЭВМ 2014615498 Российская Федерация. Технология инжинирингового контроля / Т. О. Графова, И. А. Тищенко. № 2014611107; заявл. 28.05.2014; опубл. 20.06.2014.
9. Гос. регистрация программы для ЭВМ 2014616022 Российская Федерация. Транзакционный управленческий учет интеллектуального капитала / Т. О. Графова, И. А. Тищенко. № 2014611111; заявл. 09.06.2014; опубл. 20.07.2014.

## REFERENCES

- Stephan J. G. Development of management accounting in the meat processing organizations implementing lean production : dissertation of the candidate of economics. Belgorod, 2017.
- Zvyagintsev I. V., Ruzakova O. V. Knowledge management Systems at the enterprise: essence, interrelation with management accounting systems and prospects of their integration // Modern problems of science and education. 2015. No. 1–1. P. 644.
- Glushchenko A. V., Samedova E. N. Conceptual basis of management accounting // Bulletin of Volgograd state University. 2012. No. 2. P. 181–187.
- Paly V. F. Management accounting of costs and income (with elements of financial accounting). M. : INFRA-M, 2006.
- Kumpilova B. A. Principles of organizational structure of enterprises // Bulletin of the Adyghe State University. Series 5: Economics. 2009. No. 1. P. 47–53.
- Grafova T. O. Model of financial, transaction management and strategic accounting of intellectual capital // Management accounting. 2011. No. 4. P. 3–14.
- Kleimenova N. I. Accounting management accounting: an electronic textbook [Electronic resource] / International Banking Institute. Official site. URL: [http://eos.ibi.spb.ru/umk/8\\_5/5/5\\_R1\\_T6.html#2](http://eos.ibi.spb.ru/umk/8_5/5/5_R1_T6.html#2) (date of viewing: 28.06.2018).
- State registration of the computer program 2014615498 Russian Federation. Technology of engineering control / T. O. Grafova, I. A. Tishchenko. No. 2014611107; declared on 28.05.2014; published on 20.06.2014.
- State registration of the computer program 2014616022 Russian Federation. Transactional management of intellectual capital / T. O. Grafova, I. A. Tishchenko. No. 2014611111; declared on 09.06.2014; published on 20.07.2014.

**Как цитировать статью:** Графова Т. О., Тищенко И. А., Мищенко О. А. Теоретико-методологические и практические аспекты управленческого учета на предприятии // Бизнес. Образование. Право. 2018. № 3 (44). С. 45–53. DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.333.

**For citation:** Grafova T. O., Tishchenko I. A., Mishchenko O. A. Theoretical-methodological and practical aspects of management accounting at the enterprise // Business. Education. Law. 2018. No. 3 (44). P. 45–53. DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.333.

**УДК 338.48**  
**ББК 65.433-09**

**DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.357**

**Kiseleva Irina Anatolievna**,  
doctor of economics, professor,  
professor of the department of mathematical methods  
in economics,  
Plekhanov Russian University of Economics,  
Moscow,  
e-mail: [Kia1962@list.ru](mailto:Kia1962@list.ru)

**Киселева Ирина Анатольевна**,  
д-р экон. наук, профессор,  
профессор кафедры математических методов в экономике  
Российского экономического университета  
им. Г. В. Плеханова,  
г. Москва,  
e-mail: [Kia1962@list.ru](mailto:Kia1962@list.ru)

## ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРИ ОЦЕНКЕ РИСКОВ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

### PROBLEMS ARISING IN THE ASSESSMENT OF RISKS IN TOURIST BUSINESS

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
08.00.05 – Economics and management of national economy

*В статье рассматриваются важные вопросы безопасности туристического бизнеса как составляющей социально-экономической системы государства и методы воздействия на риски. Развитие технологий туризма является ведущей тенденцией мировой экономики, обусловленной социальной реструктуризацией современного социума. В РФ определена*

*экономическая задача государственной политики в сфере туристических услуг — превратить туризм в конкурентоспособный, инновационный, устойчивый и высокодоходный сектор национального бизнеса. Туристский бизнес предполагает сложную систему отношений между поставщиками и потребителями соответствующих услуг, между турфирмами*

и их конкурентами, а также между партнерами по бизнесу. Деятельность турфирмы на рынке включает: выбор рыночной ниши; разработку туристского продукта; определение объема оказываемых услуг; совершенствование ценообразования; расширение рекламной деятельности, научных исследований; привлечение инвестиций; взаимодействие с другими компаниями; взаимоотношения с государственными органами. В настоящее время происходит интенсивное внедрение методов и моделей в формирование и развитие систем управления турбизнесом, что связано с повышенной конкурентоспособностью предлагаемых продуктов на туристическом рынке. Выявление рисков в деятельности туристического предприятия может стать залогом его успешной и слаженной деятельности. Учитывая влияние туристического продукта на специфику работы самого туристического предприятия и на те риски, которые ему присущи, идентификацию рисков туристического предприятия оправдано проводить с помощью SWOT-анализа, который используют как инструмент стратегического управления. Целью данной работы является изучение инструментов и видов рисков на рынке туристических услуг. Предметом изучения является безопасность туристического бизнеса. Объектом исследования является рынок туристических услуг.

*The article examines important issues of tourism business security as a component of the social and economic system of the state and methods of impact on risks. The development of tourism technologies is the leading trend of the world economy conditioned by the social restructuring of modern society. The economic task of the state policy in the sphere of tourist services is defined in the Russian Federation - to turn tourism into a competitive, innovative, stable and highly profitable sector of national business. Tourist business involves a complex system of relations between suppliers and consumers of related services, between travel agencies and their competitors, as well as between business partners. The activities of the tour company at the market include: choosing a niche market; development of a tourist product; determination of the volume of services provided; improvement of pricing; expansion of advertising activities, scientific research; attraction of investments; interaction with other companies; relations with government bodies. Currently there is an intensive introduction of methods and models in the formation and development of tourist management systems, which is associated with increased competitiveness of the products offered in the tourism market. The identification of risks in the activities of a tourist enterprise can become a guarantee of its successful and well-coordinated activity. Taking into account the influence of the tourist product on the specifics of the work of the tourist enterprise itself and on the risks inherent in it, the identification of the risks of a tourist enterprise is justified by using SWOT analysis, which is used as a tool for strategic management. The purpose of this work is to study the instruments and types of risks in the market of tourist services. The subject of study is the safety of the tourist business. The object of research is the market of tourist services.*

*Ключевые слова: риски, управление рисками, туризм, туристическая компания, виды рисков, методы воздействия на риски, SWOT-анализ, безопасность турбизнеса, факторы риска, туристический продукт.*

*Keywords: risks, risk management, tourism, travel company, types of risks, methods of impact on risks, SWOT analysis, travel security, risk factors, tourist product.*

## Введение

В условиях современных сложных производственных и управленческих процессов, повышенной нестабильности внешней среды и глобализации особое значение в деятельности туристического предприятия приобретает идентификация рисков, которая является составной частью управления рисками на предприятии.

Любая предпринимательская деятельность тесно связана с появлением различных неблагоприятных ситуаций, которые оказывают негативное влияние на деятельность компании. И такие ситуации называются предпринимательскими рисками. Эти риски являются неотъемлемой частью предпринимательства, их невозможно исключить, но можно понять их причины и пути выхода из рискованных ситуаций, свести их к минимуму.

**Изученность** проблемы. Анализ научной литературы показал, что наряду с существующими методами и инструментами по управлению процессом минимизации рисков отсутствует методика, позволяющая получить детальную информацию относительно роли всех факторов риска, что дало бы возможность сформировать эффективную конкурентоспособную стратегию по управлению процессом оценки рисков и ее составляющими. Все вышесказанное послужило основанием для выбора цели исследования.

**Целесообразность разработки** темы. Мировая экономика в последние десятилетия характеризуется неустойчивостью и резкими колебаниями цен на все виды товаров. В подобной обстановке ни один из прогнозов не может на 100 % исключить неопределенность на мировом рынке. А там, где имеется неопределенность, возникает и масса неприятных случайностей, которые создают риск любому бизнесу. Субъекты рынка, вступая в него, бесспорно, осознают, что любая, а в частности финансовая, деятельность сопряжена с риском. Участники экономической системы не ставят перед собой недостижимой цели полного исключения риска, потому как это объективно невозможно, а пытаются минимизировать риски.

Развитие технологий туризма является ведущей тенденцией динамики национальной и мировой экономик, обусловленной социальной реструктуризацией современного общества. В этой отрасли появился новый вид инноваций, основанный на корреляции ценового, финансово-кредитного, страхового и институционального механизмов. В настоящее время в РФ формируется организационно-экономический механизм управления риском в сфере туризма.

**Целью** данной работы является изучение инструментов и видов рисков на рынке туристических услуг. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**: рассмотреть теоретические аспекты категории «риск»; провести анализ функционирования рынка на современном этапе; предложить рекомендации по совершенствованию развития рынка туризма.

**Предметом** изучения является безопасность туристического бизнеса.

**Объектом** исследования является рынок туристических услуг.

**Научная новизна** работы заключается в разработке и научном обосновании методов управления и оценки рисков в сфере туристических услуг с использованием экономико-математических методов, позволяющих решить проблему учета возможного влияния различных факторов внутренней и внешней среды туристического предприятия.

**Теоретическая и практическая значимость** работы. Теоретическая значимость исследования состоит в развитии теоретико-методологической базы риск-менеджмента с применением методов экономико-математического моделирования. Практическая значимость работы заключается в возможности применения разработанных методик и полученных результатов в процессе стратегического планирования деятельности турфирм.

Область применения полученных результатов — сфера туристических услуг.

В статье предложен организационно-экономический механизм управления рисками в туризме и основные направления совершенствования менеджмента в туристической деятельности.

### **Выявление рисков в деятельности туристической компании**

Важность проявления рисков именно в деятельности туристического предприятия обусловлена тем, что большое влияние на его функционирование совершают сезонные колебания спроса, короткий цикл деловой активности, а также особенности самой туристической услуги.

Таким образом, оперативное и своевременное выявление рисков в деятельности туристического предприятия может стать залогом его успешной и слаженной деятельности. Оперативно и своевременно выявить риски туристического предприятия возможно с помощью SWOT-анализа. Обычно SWOT-анализ используют как инструмент стратегического управления. Но информация, которую можно получить в ходе проведения SWOT-анализа, также хорошо освещает структуру рисков предприятия. Информацию о составе рисков туристического предприятия, полученную в ходе SWOT-анализа, дальше можно использовать для оценки рисков, а в дальнейшем — для управления рисками на туристическом предприятии.

По мнению К. И. Копачовой, управление рисками на туристическом предприятии можно охарактеризовать как совокупность методов, приемов и мероприятий, позволяющих в определенной степени предвидеть наступление рискованных событий и принять меры относительно исключения или снижения негативных последствий наступления таких событий [1, с. 152].

И. Вербицкий считает, что риск-менеджмент — это комплекс мероприятий, направленный на минимизацию возможных убытков, которые может понести бизнес в связи с наступлением негативных событий. Риск-менеджмент — это своего рода «ранняя диагностика» проблем возникновения «управленческой болезни» [2, с. 282].

С точки зрения Л. Н. Шиманской, управление рисками — особый вид деятельности, направленный на смягчение воздействия риска на результаты деятельности предприятия [3, с. 205]. Наиболее важные решения, с принятием которых имеет дело предприниматель, определяются тем, какой уровень риска допустим для предприятия.

Ю. М. Барташевская отмечает, что управление рисками на предприятии невозможно без их предварительного проявления и оценки воздействия, которое они могут осуществить [4, с. 31]. Выявлением и оценкой рисков могут заниматься как сами работники предприятия или руководство, так и сторонние организации, которые приглашаются специально для этого. Это зависит в основном от размеров предприятия и его финансовых возможностей.

Таким образом, из анализа взглядов на управление рисками на предприятии вытекает необходимость проведения предварительной работы по их идентификации и оценки с помощью тех или иных методов и приемов [5, с. 39].

Однако на сегодняшний день вопрос выбора методов идентификации рисков именно на туристических предприятиях с учетом их специфики является недостаточно исследованным и требует дальнейшего изучения.

Туристическое предприятие — это самостоятельный хозяйствующий субъект, который имеет права юридического лица и осуществляет коммерческую и научно-исследовательскую деятельность с целью получения прибыли [6, с. 116].

Специфика туристического продукта, который реализует туристическое предприятие, заключается в том, что он состоит из туристических услуг, то есть является комплексным, а также имеет узкие временные и пространственные рамки потребления. Именно эти особенности туристического продукта выступают причиной наложения рисков в деятельности туристических предприятий.

В литературе отмечается [5; 6], что риск в туристической деятельности — это вероятность того, что предприятие терпит убытки, если принятое управленческое решение не реализуется, а также если при принятии этого решения были допущены просчеты или ошибки.

Для туристической отрасли характерен особый вид рисков — форс-мажорные обстоятельства. Форс-мажорные обстоятельства — обстоятельства непреодолимой силы, для которых отличительной чертой является серьезность и глобальность последствий. Выделение форс-мажорных обстоятельств среди рисков, которые влияют на туристическую деятельность, имеет веские основания. Ведь в результате их действия предприятие может понести значительные убытки, что в дальнейшем может стать причиной прекращения деятельности компании.

Риски туристического бизнеса можно рассматривать как риски потребителей туристических услуг и риски туристических предприятий и их инфраструктуры.

Риски туристов осуществляют определенное влияние на деятельность туристических предприятий в связи с возложением отечественным законодательством на туристическое предприятие обязанности обеспечить страхование туристов путем реализации туристу страховых услуг в качестве посредника между страховщиком и страхователем или путем контроля за наличием у туриста собственной страховки.

Риски туристов, связанные с возможностью употребить туристический продукт с характеристиками низкого качества за указанные в договоре на туристическое обслуживание услуги, могут повышать риск туристического предприятия не реализовать в дальнейшем аналогичные или полностью отличные по своим характеристикам туристические продукты в связи с утратой доверия потребителей, что найдет отражение в снижении спроса. Таким образом, реализация рисков, присущих потребителям туристических услуг, может привести к реализации рисков, присущих самому туристическому предприятию.

Итак, все риски, присущие туристическим предприятиям, так или иначе связаны с созданием и реализацией туристического продукта. Это объясняется тем, что именно особенности туристического продукта обуславливают специфику деятельности туристических предприятий и, как следствие, определяют спектр рисков, присущих туристическому виду хозяйственной деятельности.

Учитывая влияние туристического продукта на специфику работы самого туристического предприятия и на те риски, которые ему присущи, идентификацию рисков туристического предприятия оправдано проводить с помощью SWOT-анализа. Методология анализа предусматривает проявление сильных и слабых сторон, возможностей и угроз предприятия, оценку степени влияния каждого из показателей, а также установления связей между ними.

Таким образом, с помощью SWOT-анализа можно

получить информацию о составе внутренних и внешних рисков туристического предприятия и определить те из них, которые осуществляют на предприятие сильное влияние, а также при установлении связей между ними получить картину их взаимного влияния и возможных последствий различных комбинаций их реализации.

Диагностику на наличие рисков с помощью SWOT-анализа проведем на примере туристического предприятия «Вест Тревел» (см. табл. 1).

Таблица 1

**SWOT-анализ предприятия «Вест Тревел»**

<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
O1. Расширение горизонтов деятельности. O2. Ослабление позиций конкурентов. O3. Изменение законодательства (предоставление предпринимателям льгот). O4. Увеличение доходов населения. O5. Заключение выгодных сделок с партнерами. O6. Увеличение количества приверженных потребителей. O7. Привлечение инвестиционного капитала	T1. Зависимость спроса от сезона. T2. Снижение платежеспособности населения. T3. Изменчивость вкусов. T4. Отток квалифицированных кадров. T5. Изменение стратегии поведения конкурентов. T6. Переориентация потребителей на услуги конкурентов. T7. Снижение спроса из-за стихийных бедствий и катаклизмов
<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
S1. Наличие у предприятия опыта на рынке. S2. Квалифицированный персонал. S3. Удачное местонахождение. S4. Наличие положительной репутации. S5. Хорошая осведомленность на региональных рынках. S6. Развитая инфраструктура услуг. S7. Индивидуальный подход к каждому клиенту	W1. Отсутствие прогнозирования продаж. W2. Ограниченное количество финансовых ресурсов. W3. Отсутствие постоянных маркетинговых исследований. W4. Отсутствие четко сформулированной стратегии. W5. Ориентация деятельности в большей степени на внутренний туризм

Оценка степени влияния каждого из показателей на предприятие «Вест Тревел» проведена путем балльных оценок показателей (см. табл. 2).

0 — показатели не имеют связи;

–2 — сильное преимущество негатива;  
–1 — уверенное преимущество негатива;  
1 — уверенное преимущество позитива;  
2 — сильное преимущество позитива.

Таблица 2

**SWOT-анализ — проявление наиболее значимых характеристик внутренней и внешней среды ООО «Вест Тревел»**

Сильные стороны	Возможности							Угрозы							Сумма
	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	
S1															14
S2	1	1	0	0	2	2	2	2	0	1	0	1	2	1	8
S3	2	0	0	0	1	2	0	0	2	-2	1	0	1	0	8
S4	0	1	0	1	0	2	0	2	0	1	0	2	2	0	18
S5	1	2	1	1	2	2	2	1	0	2	0	1	2	0	11
S6	0	1	0	0	0	2	2	2	0	1	0	1	2	1	14
S7	0	2	0	2	0	2	1	1	0	2	0	0	2	0	9
Слабые стороны															
W1	-1	-2	0	-2	0	-1	-1	-2	0	-1	0	-2	-2	0	-13
W2	-2	-1	2	1	2	0	2	-2	-2	-1	-2	-1	-2	0	-6
W3	-2	-1	0	-1	-1	0	0	-2	0	-2	-1	-2	-2	0	-13
W4	-1	-1	0	0	0	0	-1	-1	0	0	0	1	-2	0	-2
W5	1	-2	0	-1	0	0	0	-2	0	-2	0	-1	-2	0	-9
W6	0	0	0	0	1	-1	1	0	-1	0	0	0	-2	0	-2
Сумма	-1	1	3	3	8	11	7	2	-4	3	-4	1	-1	0	

На основании проведенного SWOT-анализа выявлены внешние и внутренние риски предприятия «Вест Тревел», в частности, наиболее весомыми слабыми сторонами — внутренними рисками предприятия «Вест Тревел» — явля-

ются основные три вида рисков: отсутствие прогнозирования продаж (-13), отсутствие постоянных маркетинговых исследований (-13), ориентация деятельности в большей степени на внутренний туризм (-9).

Наиболее весомыми угрозами — внешними рисками предприятия «Вест Тревел» — являются следующие риски: отток квалифицированных кадров (–4), переориентация потребителей на услуги конкурентов (–1) и снижение платежеспособности населения (–4).

Установленные между внутренними и внешними рисками предприятия «Вест Тревел» связи наглядно демонстрируют взаимодействие между показателями и их взаимное влияние.

### Риски в туристической деятельности

Риск в туристической деятельности — это вероятность того, что предприятие несет убытки или расходы, если принятое управленческое решение не осуществится, а также если при принятии этих решений были допущены просчеты или ошибки. Риск заложен в самой сущности предпринимательской деятельности, поскольку предприниматель самостоятельно распоряжается средствами производства, выбирает сферу деятельности, но не всегда действует правильно. В рыночных условиях предприниматель постоянно конкурирует с другими предпринимателями, и нет гарантии, что он выйдет победителем [7, с. 244].

Предпринимательский риск — это риск, который возникает в любых видах предпринимательской деятельности. В абсолютном значении риск может быть представлен материально-вещественными или стоимостными показателями. В относительном виде риск может быть определен как соотношение суммы возможных затрат к стоимости основных и оборотных фондов [8, с. 245].

В туризме к расходам относятся незапланированные материальные расходы, прямые денежные расходы в результате перерасхода денег, незапланированных выплат, инфляции, изменения валютных курсов, хищения, затраты рабочего времени в результате непредвиденных обстоятельств и т. п.

Предпринимательский риск можно разделить на производственный, финансовый, инвестиционный и страховой [9].

Производственный риск связан непосредственно с хозяйственной деятельностью предприятия и определяется как вероятность невыполнения предприятием своих обязательств по контракту или договору с заказчиком. Он выражается риском в реализации товаров и услуг, ошибок в ценовой политике, риском банкротства [10].

В туристической деятельности можно выделить следующие производственные риски [11; 12]:

— риск полного прекращения деятельности из любого направления через невозможности поездок туристов вследствие форс-мажорных обстоятельств (военные действия, стихийные бедствия, эпидемии и т. п.);

— риск неполучения или несвоевременного получения

денежных средств за реализованные туристические продукты и услуги;

— риск отказа клиента от туристической поездки;

— риск отказа заключенных соглашений о предоставлении займов, инвестиций или кредитов;

— ценовой риск, связанный с определением цены на туристическую продукцию и услуги. Он особенно возрастает в условиях быстрой инфляции;

— риск банкротства как деловых партнеров, так и самого туристического предприятия.

Финансовый риск — это вероятность получения убытков в результате проведения соответствующих операций в финансово-кредитной и биржевой сферах, совершения операций с ценными бумагами. К финансовым рискам относят кредитный риск, процентный риск, валютный риск, риск упущенной финансовой выгоды.

Кредитный риск связан с неуплатой заемщиком основного долга и процентов, начисленных за кредит.

Процентный риск — это угроза расходов коммерческими банками, кредитными учреждениями, инвестиционными фондами таким образом, что в результате повышения процентных ставок, выплачиваемых ими по привлеченным средствам, они начинают превышать ставки по предоставленным кредитам.

### Заключение

Выявление рисков на туристическом предприятии «Вест Тревел» было проведено с помощью SWOT-анализа, который позволяет определить слабые стороны и угрозы предприятия, которые выступают в качестве его внутренних и внешних рисков. Из общего количества путем балльных оценок были выбраны наиболее значимые для предприятия «Вест Тревел» внутренние и внешние риски. Выявлены основные шесть видов рисков, представляющих наибольшую опасность для предприятия на данный момент. К таким рискам относятся: отсутствие прогнозирования продаж (–13), отсутствие постоянных маркетинговых исследований (–13), ориентация деятельности в большей степени на внутренний туризм (–9), отток квалифицированных кадров (–4), переориентация потребителей на услуги конкурентов (–1) и снижение платежеспособности населения (–4). Установленные между внутренними и внешними рисками предприятия «Вест Тревел» связи наглядно демонстрируют взаимодействие между показателями и их взаимное влияние.

Таким образом, полученная в ходе исследования информация о составе рисков предприятия «Вест Тревел» может быть использована для оценки рисков предприятия, а в дальнейшем — для принятия руководством предприятия решений в области управления рисками, а именно для разработки мероприятий по их предупреждению или минимизации негативного воздействия.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Копачева К. И. Управление риском снижения финансовой устойчивости на туристских предприятиях // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. 2013. № 2. С. 151–157.
2. Вербицкий И. Риск-менеджмент как современная система управления рисками предпринимательских структур // Устойчивое развитие экономики. Международный научно-производственный журнал. 2013. № 5. С. 282–291.
3. Шиманская Л. Н. Модель управления рисками в внешнеэкономической деятельности предприятия // Актуальные проблемы экономики. 2014. № 10. С. 206–219.
4. Барташевська Ю. М. Выбор методов минимизации инвестиционного риска предприятия // Экономический нобелевский вестник. 2014. № 1 (7). С. 29–34.
5. Артеменко Л. П., Сытник Т. В. Совершенствование процесса управления рисками в ходе внедрения новейших информационных технологий // Молодой ученый. 2015. № 1 (16). С. 38–48.

6. Киселева И. А., Трамова А. М. Влияние инновации на конкурентоспособность предприятий туристского бизнеса // Статистика и Экономика. 2011. № 5. С. 115–119.
7. Киселева И. А., Цэцгээ Б. Оптимизационная модель развития туризма // Аудит и финансовый анализ. 2005. № 2. С. 244–245.
8. Киселева И. А., Трамова А. М. Моделирование инвестиционной привлекательности туристической отрасли региональной экономики (на примере Кабардино-Балкарской Республики) // Аудит и финансовый анализ. 2010. № 5. С. 241–246.
9. Баумгартен Л. В. Анализ туристической отрасли по модели конкуренции М. Портера // Менеджмент в России и за рубежом. 2007. № 5. С. 106–111.
10. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации. М. : Финансы и статистика, 2012. 200 с.
11. Саак А. Э., Пшеничных Ю. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. СПб. : Питер, 2010. 512 с.
12. Ушаков Д. С. Прикладной туроперейтинг. М. : ИКЦ «МарТ» ; Ростов н/Д : Изд. центр «МарТ», 2014. 416 с.

## REFERENCES

1. Korpacheva K. I. Risk management of financial stability in tourist enterprises // Scientific Herald: Finances, banks, investments. 2013. No. 2. P. 151–157.
2. Verbitsky I. Risk management as a modern system of risk management of entrepreneurial structures // Sustainable development of the economy. International Scientific and Production Journal. 2013. No. 5. P. 282–291.
3. Shimanskaya L. N. The model of risk management in the foreign economic activity of the enterprise // Actual problems of economics. 2014. No. 10. P. 206–219.
4. Bartashevskaya Yu. M. The choice of methods for minimizing the investment risk of the enterprise // Economic Nobel Journal. 2014. No. 1 (7). P. 29–34.
5. Artemenko L. P., Sitnik T. V. Perfection of the risk management process in the course of introduction of the newest information technologies // The Young Scientist. 2015. No. 1 (16). P. 38–48.
6. Kiseleva I. A., Tramova A. M. Influence of innovation on the competitiveness of enterprises of tourist business // Statistics and Economics. 2011. No. 5. P. 115–119.
7. Kiseleva I. A., Tsetgee B. Optimization model of tourism development // Audit and financial analysis, 2005. No. 2. P. 244–245.
8. Kiseleva I. A., Tramova A. M. Modeling of the investment attractiveness of the tourism industry of the regional economy (by the example of the Kabardino-Balkaria Republic) // Audit and financial analysis. 2010. No. 5. P. 241–246.
9. Baumgarten L.V. Analysis of the tourism industry by M. Porter's competition model // Management in Russia and abroad. 2007. No. 5. P.106–111.
10. Zhukova M. A. Tourism industry: management of the organization. M. : Finance and Statistics, 2012. 200 p.
11. Sahak A. E., Pshenichnykh Yu. A. Management in social and cultural services and tourism. SPb. : Peter, 2010. 512 p.
12. Ushakov D. S. Applied tour operating. M. : ICC «MarT» ; Rostov on Don : Publishing Center «MarT», 2014. 416 p.

**Как цитировать статью:** Киселева И. А. Проблемы, возникающие при оценке рисков в туристическом бизнесе // Бизнес. Образование. Право. 2018. № 3 (44). С. 53–58. DOI: DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.357.

**For citation:** Kiseleva I. A. Problems arising in the assessment of risks in tourist business // Business. Education. Law. 2018. No. 3 (44). P. 53–58. DOI: DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.357.