

Научная статья

УДК 338.48

doi: 10.22394/2079-1690-2022-1-2-67-75

## АНАЛИЗ СТОИМОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

**Ксения Вячеславовна Завацкая**

Южный университет (ИУБиП), Ростов-на-Дону, Россия, ka0934878@gmail.com

**Аннотация.** Пандемия внесла существенные изменения в функционирование предприятий туристской индустрии. Правительство Российской Федерации причислила отрасль как наиболее пострадавшей. Конечно, усилия государства смягчить негативное влияние, принесли некоторые положительные моменты. Многие туристские предприятия ликвидированы, часть трансформировались в цифровое пространство и переориентировались на развитие внутреннего туризма. Все эти моменты оказали сильное влияние на определение стоимости бизнеса. Инвестору, покупателю сложнее стало определить реальную объективную экономически обоснованную стоимость бизнеса. Собственнику (продавцу) для повышения стоимости необходимо провести ряд мероприятий для получения максимального дохода. В статье представлены практические рекомендации по повышению стоимости бизнеса на примере туристского предприятия, которое функционирует на территории Ростовской области. Дана оценка перехода предприятия в цифровое пространство и какой эффект получает собственник бизнеса. С помощью программного продукта ПКМ построена когнитивная модель оценки стоимости бизнеса. С помощью когнитивной карты и искусственного интеллекта инвестор, собственник получает практический инструментарий по прогнозированию и изменению системы. На основе полученных результатов можно принимать верное управленческое решение.

**Ключевые слова:** оценка бизнеса, стоимость, туризм, цифровая экономика, капитал, финансы, ресурсы, менеджмент, инвестиции, нечеткая логика, прогнозирование, когнитивная модель

**Для цитирования:** Завацкая К. В. Анализ стоимости туристского предприятия в условиях нестабильной экономики // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2022. № 2. С. 67–75. <https://doi.org/10.22394/2079-1690-2022-1-2-67-75>

Problems of Economics

Original article

## ANALYSIS OF THE VALUE OF THE TOURIST ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF AN UNSTABLE ECONOMY

**Kseniya V. Zavackaya**

Southern University (IMBL), Rostov-on-Don, Russia, ka0934878@gmail.com

**Abstract.** Pandemic made significant changes to the functioning of enterprises of the tourism industry. The Government of the Russian Federation counted the industry as the most affected. Of course, the efforts of the state to soften the negative impact, they brought positive moments. Many tourist enterprises are liquidated, the part was transformed into digital space and reoriented to the development of domestic tourism. All these moments had a strong impact on determining the cost of business. Investor, the buyer is more difficult to determine the real objective economically reasonable value of the business. Owner (seller) To increase the cost, it is necessary to conduct a number of activities to obtain maximum income. The article presents practical recommendations for increasing the value of the business on the example of the tourist enterprise, which operates in the territory of the Rostov region. An assessment of the transition of the enterprise into digital space is given and

what effect the owner of the business receives. With the help of the PCM software product, a cognitive model for estimating the cost of business is built. With the help of a cognitive card and artificial intelligence, an investor, the owner receives a practical toolkit for predicting and changing the system. Based on the results obtained, you can receive a correct managerial solution.

**Keywords:** evaluation of business, cost, tourism, digital economy, capital, finance, resources, management, investment, fuzzy logic, forecasting, cognitive model

**For citation:** Zavackaya K. V. Analysis of the value of the tourist enterprise in the conditions of an unstable economy. *State and Municipal Management. Scholar Notes.* 2022;(2):67–75. (In Russ.). <https://doi.org/10.22394/2079-1690-2022-1-2-67-75>.

С 2020 года предприятия туристкой индустрии переживают сложные времена, связанные с распространением новой коронавирусной инфекцией. В условиях пандемии, нестабильности экономической, политической, валютной обстановки основным показателем оценки бизнеса является показатель стоимости. Оценка бизнеса включает все не только финансовые, экономические показатели, но и качественные, например, репутация компании на рынке. В данной совокупности индикаторов оценки стоимости бизнеса, потенциальный инвестор или покупатель бизнеса, получает объективную оценку предприятия. И уже на основании полученных данных, можно принимать решение о покупке или продаже бизнеса. Поэтому, тема в настоящее время актуальна и требует дальнейшего изучения для выработки практических рекомендаций по повышению стоимости бизнеса предприятий туристкой индустрии в условиях пандемии и цифровой трансформации в экономике.

Основные подходы и методы оценки стоимости бизнеса представлены на рис. 1 [1].

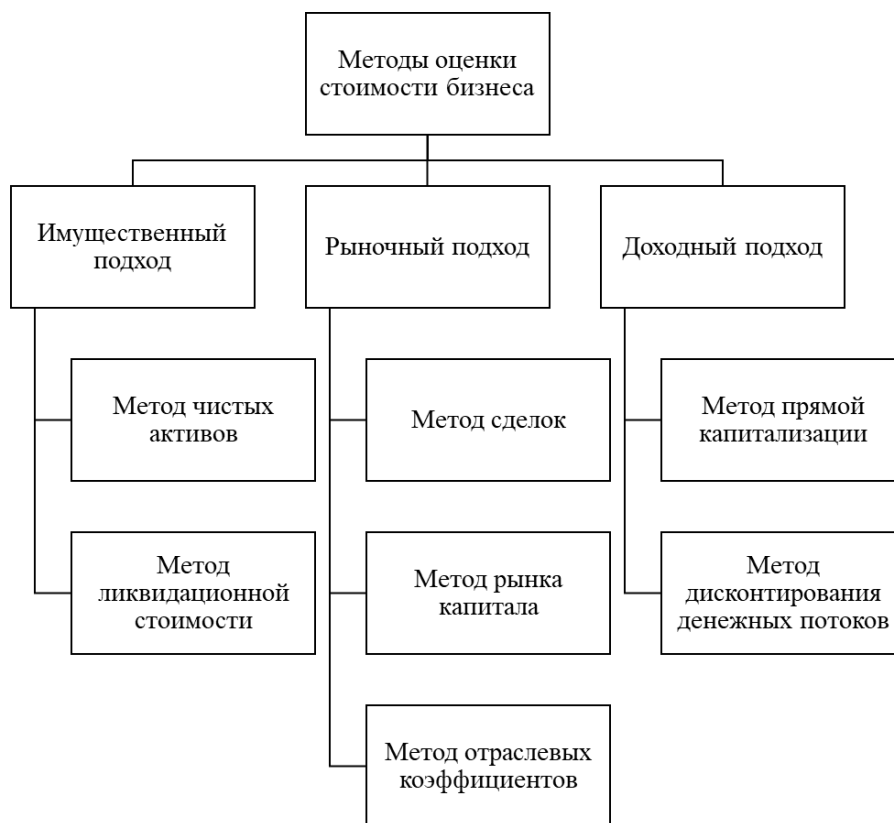


Рис. 1. Методы оценки стоимости бизнеса [1]

Fig. 1. Methods of valuation of business [1]

Все выше перечисленные методы оценки стоимости бизнеса не являются обособленными и самостоятельными. Эксперты в своей профессиональной деятельности прибегают к комбинированию методов исходя из целей и задач оценки [2].

Далее представлены результаты исследования туристского предприятия, которое зарегистрировано и действует в Ростовской области и выбрано нами как модельное. В силу необходимости сохранения коммерческой тайны предприятия, в статье оно будет рассмотрено как обезличенное «туристское предприятие».

Представленный анализ выполнен на основе данных бухгалтерской отчетности предприятия.

Соотношение основных качественных групп активов туристской организации на последний день анализируемого периода характеризуется отсутствием внеоборотных средств при 100% текущих активов. Активы организации за два года уменьшились на 814 тыс. руб. (или на 63,3%). При этом собственный капитал организации изменился пропорционально активам организации (табл. 1).

**Таблица 1 – Структура имущества и источники его формирования**

Table 1 – Structure of property and sources of its formation

Показатель	2019	2020	2021	Изменение за анализируемый период	
				В тыс. рублей (2021-2019)	Темп роста, в процентах 2021-2019)
<b>АКТИВ</b>					
Оборотные активы,	1 285	1 568	471	-814	-63,3
В т.ч. денежные средства и их эквиваленты	688	876	285	-403	-58,6
<b>ПАССИВ</b>					
Капиталы и резервы	1 285	1 568	471	-814	-63,3
Баланса	1 285	1 568	471	-814	-63,3

Величина чистых активов положительно характеризует финансовое положение, полностью удовлетворяя требованиям нормативных актов к величине чистых активов организации. Определив текущее состояние показателя, необходимо отметить снижение чистых активов на 63,3% за исследуемый период. Положительная величина активов говорит об удовлетворительном состоянии предприятия, снижение может привести к ухудшению финансового состояния. Несмотря на нормальную относительно уставного капитала величину чистых активов, их дальнейшее снижение может привести к ухудшению данного соотношения (рис. 2).

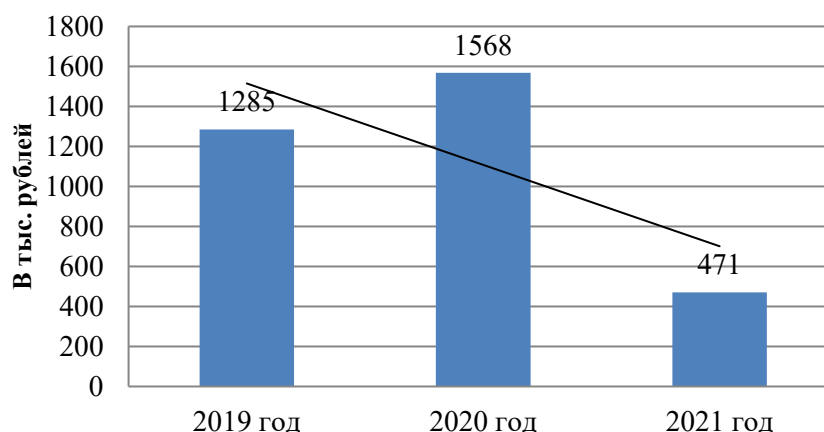


Рис. 2. Величина чистых активов туристского предприятия

Fig. 2. Assessment of net assets of the tourist enterprise

Для оценки стоимости бизнеса особый интерес представляет отчет о финансовых результатах деятельности туристского предприятия. Ниже в табл. 2 приведены основные финансовые результаты деятельности предприятия за 2020-2021 гг.

**Таблица 2 – Финансовые результаты деятельности туристского предприятия**

Table 2 – Financial results of the activities of the tourist enterprise

Показатель	Значение показателя, в тыс. руб.		Изменение показателя		Средне-годовая величина, в тыс. руб.
	2020 г.	2021 г.	В тыс. руб.	Темп роста, %	
Выручка	16 305	4 804	-11 501	-70,5	10 555
Себестоимость	14 934	4 641	-10 293	-68,9	9 788
Прибыль от продаж	1 371	163	-1 208	-88,1	767
Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	360	360	-	-	360
Прибыль до уплаты процентов и налогов	1 731	523	-1 208	-69,8	1 127
УСН (доходы)	173	52	-121	-69,9	113
Чистая прибыль	1 558	471	-1 087	-69,8	1 015

За рассматриваемый период в 2021 году выручка составила 4 804 тыс. руб., однако за 2020 год годовая выручка была намного выше – 16 305 тыс. рублей. В конце отчетного периода значение прибыли от продаж составило 163 тыс. рублей. Изменение финансового результата от продаж в течение анализируемого периода составило -1 208 тыс. руб. Финансовые результаты туристского предприятия в 2021 г. оказали влияние на показатели рентабельности, которые хотя и имеют положительное значение, уменьшились в сравнении с 2020 г. из-за снижения размера чистой прибыли.

По оценке Министерства экономического развития Российской Федерации бизнес нарастит свои обороты и достигнет значений до посткризиса, то есть значения 2019 года [3]. Так, выручка туристского предприятия в прогнозном периоде может составить 16 млн руб. С ростом объема продаж увеличится размер себестоимости до 5-10 процентов, и на конец прогнозного периода составит около 13 млн. рублей.

В табл. 3 представлен расчет текущей стоимости будущих денежных потоков в течение прогнозного периода.

**Таблица 3 – Расчет текущей дисконтированной стоимости денежных потоков**

Table 3 – Calculation of the current discounted value of cash flows

Показатель	2022 год	2023 год
Выручка, в тысячах рублей	8000,0	16000,0
Себестоимость, в тысячах рублей	6000,0	13000,0
Прибыль, в тысячах рублей	2000,0	3000,0
Денежный поток		
Прибыль, в тысячах рублей	2000,0	3000,0
Ставка дисконтирования	23	23
Коэффициент дисконтирования	0,81	0,81
Дисконтированный денежный поток, в тысячах рублей (прибыль*коэффициент дисконтирования)	1620,0	2430,0
Суммарный дисконтированный денежный поток, в тысячах рублей	4050,0	
Остаточная стоимость компании, в тысячах рублей	3845,0	
Обоснованная рыночная стоимость собственного капитала, в тысячах рублей	7895,0	

Обоснованная рыночная стоимость туристского предприятия составляет 7895,0 тыс. рублей. Стоимость бизнеса определяется ожидаемыми будущими доходами инвестора или собственника, которые оцениваемое туристское предприятие может принести. Вместе с тем, очевидно, что интересы сторон могут пострадать, если невнимательно отнестись к итоговым поправкам к рассчитанной стоимости. Следует отметить, что окончательная цена сделки купли-продажи бизнеса довольно существенно будет зависеть от переговоров по сделке, и, в связи с этим, может отклоняться от расчетной.

У туристского предприятия имеется проблема с цифровизацией [3]. Цифровая бизнес-модель на предприятии не сформирована. В системе управления компании отсутствуют передовые программные продукты, которые бы повысили бы рентабельность и привлекательность компании. У предприятия низкая наполняемость официального сайта [4]. В период цифровизации компания упускает возможность расширить клиентскую базу через сеть интернет, отдавая это конкурентное преимущество своим конкурентам.

Руководство, задавшееся целью повысить стоимость бизнеса имеет для этого большое количество инструментов – от привлечения в предприятие заемных средств до создания наиболее эффективного управления туристским предприятием [5]. При любом выбранном варианте все производимые операции, в конечном счете, будут повышать стоимость бизнеса. Первым шагом для решения данной задачи необходимо сделать разработку соответствующим образом ориентированной рыночной стратегии (рис. 3).



Рис. 3. Основные направления повышения стоимости бизнеса

Fig. 3. The main directions of increasing business value

После реализации предложенных практических рекомендаций туристское предприятие сможет повысить стоимость бизнеса.

Отдельно хочется отметить, что со стороны Правительства Ростовской области оказывается помощь субъектам туристской индустрии. Так, ежегодно в областной бюджет закладываются средства на государственную поддержку туристскому бизнесу на конкурсной основе в размере 1500,0 тыс. рублей в рамках реализации государственной программы Ростовской области

«Развитие культуры и туризма»<sup>1</sup>. Индивидуальные предприниматели и субъекты малого и среднего предпринимательства, осуществляющие свою деятельность в сфере туризма и гостеприимства имеют возможность получить субсидию в рамках государственной поддержке субъектам МСП. Перечень субсидий в данной программе широк. Также, в условиях экономической нестабильности и упадка отрасли, государство оказывает точечную поддержку предприятиям туристской индустрии. Федеральное агентство по туризму стимулирует туристский бизнес переориентировать на внутренний рынок и разрабатывать новые региональные туристские продукты [6]. Особый интерес со стороны Правительство Российской Федерации – развитие регионального туризма Поволжья, Урала, Сибири, Дальнего Востока.

Разработка новых региональных туристских продуктов, участие в конкурсном отборе на получение субсидии позволит туристской компании повысить стоимость бизнеса и интерес со стороны инвестора.

Для проведения все сторонней оценки предложений по повышению стоимости бизнеса был проведен опрос бизнес-сообщества туристского рынка Ростовской области при поддержке кафедры «Экономика и инновационные рыночные исследования» Южного университета (ИУБИП). Результаты опроса были сгруппированы по классам и шкалам. Итоговый результат представлен в табл. 4.

**Таблица 4 – Результаты группировки индикаторов и уровня влияния на фактор**

Table 4 – Results of grouping indicators and level of influence on the factor

Индикатор	Связь	Индикатор	Связь	Индикатор	Связь	Индикатор	Связь
AD	4	CG	2	BD	2	EF	3
AB	3	DE	1	BC	2	DF	2
AE	5	DG	2	BG	3	CD	4

Для комплексной оценки фактор, оказывающие сильное влияние на стоимость бизнеса построим когнитивную модель с помощью программного продукта «ПКМ». Программа построена на принципах нечеткой логики, которая учитывает не только количественные показатели, но и качественные (оценки экспертов).

Определим факторы, которые относятся к объекту исследования и на которые есть возможность влиять [7]. На основании проведенного анализа финансовой деятельности туристской компании, рассмотрения внутренней и внешней среды были выявлены угрозы и определены показатели, характеризующие влияние на факторы в модели. Целевыми факторами в нашем случае являются:

- спрос на услуги (A);
- кредитные средства (B);
- собственный капитал туристского предприятия (C);
- финансовая поддержка туристской отрасли (D);
- предложение на туристском рынке (E);
- покупательская способность населения в регионе (F);
- инвестиции (G).

На рис. 4 представлена когнитивная модель, построенная на основе программного продукта «ПКМ» [8].

Для принятия данной когнитивной модели для расчетов необходимо произвести анализ структуры и устойчивости ее. Исследование устойчивости когнитивной модели к возмущениям показал ее неустойчивость в этом смысле, поскольку максимальное по модулю число матрицы смежности когнитивной карты  $|M| = 1,94 > 1$ , то система не устойчива к возмущениям (рис. 5) [8].

После анализа устойчивости системы наступает этап сценарного анализа, проводимый методом импульсного моделирования возможных процессов развития ситуаций при воздействии на систему управляющих или возмущающих сигналов. Эксперт имеет возможность придавать импульс фактору (вершине) или нескольким вершинам одновременно и анализировать состояние результирующего фактора модели. На основании полученных данных, руководство туристского предприятия имеет возможность предвидеть ситуацию, и учитывая нестабильность внешней среды, принять верное управленческое решение. На рис. 6 представлен прогноз изменения исследуемого объекта [4, 8].

<sup>1</sup> Официальный сайт Правительства Ростовской области <https://www.donland.ru/> (Дата обращения 01.04.2022).



Рис. 4. Когнитивная модель «Оценка стоимости туристского предприятия»

Fig.4. Cognitive model «Assessment of the cost of a tourist enterprise»

Анализ структуры и устойчивости

Собственные числа | Циклы | Связность | Пути | Симплексы

Собственные числа: всего 7. Максимальное по модулю : 1.94

N.	Действительная часть	Комплексная часть	Мод...
1	1.43	-0.682	1.58
2	1.43	0.682	1.58
3	-1.94	0.	1.94
4	0.441	0.	0.441
5	0.	0.	0.
6	-0.675	-0.103	0.683
7	-0.675	0.103	0.683

Выход

Анализ структуры и устойчивости

Собственные числа | Циклы | Связность | Пути | Симплексы

Циклы: всего 24. С положительной обратной связью : 11

Цикл	Знак цик...	Показа
A2->A1->A2	+	
A3->A2->A3	+	
A6->A2->A6	+	
A6->A5->A6	+	
A6->A1->A3->A6	-	
A6->A2->A3->A6	-	
A3->A2->A1->A3	+	

Отобразить | Отметить | Выход

Анализ структуры и устойчивости

Собственные числа | Циклы | Связность | Пути | Симплексы

Пути: всего 5. С положительной обратной связью : 2

Путь	Длина п...	Показать
A1->A2	+	
A1-> A7->A2	+	
A1->A3->A2	+	
A1->A3->A6->A2	-	
A1->A3-> A7->A2	-	

Выбрать вершины | Отобразить | Отметить | Выход

Рис. 5. Анализ устойчивости когнитивной модели

Fig. 5. Analysis of the stability of a cognitive model



Рис.6. Прогноз изменения модели (построено с помощью ПКМ)

Fig. 6. Forecast model change (built with PCM)

В завершение отметим, что в настоящее время субъекты туристической индустрии переживают сложные времена. Пандемия, локдаун, санкции и т.д. оказали сильное негативное влияние на туризм, не только внутренний, но и международный. Предприятиям пришлось выживать в сложных экономических условиях. Пандемия придала импульс к скорейшему переходу к цифровому пространству. Большинство организаций перевели свою деятельность в интернет, продвигая свои услуги и совершая финансовые операции удаленно. Кто не успел сориентироваться под новые реалии, покинули туристский рынок. Поэтому в настоящее время для поддержания финансовой стабильности бизнеса необходимо разработать и утвердить цифровую стратегию компании, продвигать услуги через сеть интернет, совершать операции дистанционно. Туристский рынок покинуло много предприятий и ниша стала свободной. Главная цель туристского предприятия не в том, чтобы выжить в жестких условиях, а расширить долю рынка, посредством разработки региональных туристских продуктов. В качестве поддержки проекта можно участвовать в грантах, конкурсном отборе на получение государственной поддержки субъектам туристической индустрии. Для принятия управленческих решений по инвестированию или продаже бизнеса рекомендуется использовать современные инструменты, например, когнитивное моделирование. На базе данного инструментария, можно принять решение с учетом изменения внешней среды системы и повысить стоимость бизнеса.

#### Список источников

1. Блинкова А.М. Управление развитием предприятия по шкале «стоимость бизнеса – финансовая устойчивость» и прогнозирование результатов предпринимательской деятельности // В сборнике: Научная парадигма – 2020. сборник научных трудов по материалам IX Международной научно-практической конференции. 2020. С. 5-9.
2. Baryshnikov N., Samygin D., Keleynikova S. Impact of investment activity of agricultural business on economic value added of capital // Russian Journal of Management. 2020. Т. 8. № 1. С. 116-120.
3. Григорьева Н. С., Колычева Ж. Я., Дынник Д. И. Цифровая трансформация системы управления туристским комплексом региона // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2021. № 1 (128). С. 40-44.
4. Дынник Д. И. Имитационное динамическое моделирование регионального развития // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. 2017. № 1-1. С. 15-19.



5. Дынник Д. И. Оценка эффективности и мониторинга деятельности региональных органов власти в современных условиях // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. 2016. № 1. С. 73–76.
6. Ломов Е. Е., Жукова П. А. Стоимость бизнеса как фактор управления компанией (концепция VBM) // Инновационная экономика и общество. 2020. № 4 (30). С. 31–36.
7. Строкова А.В. Влияние цены и структуры капитала на стоимость бизнеса // Экономика. Бизнес. Банки. 2021. № 5 (55). С. 62–70.
8. Горелова Г. В. Когнитивное моделирование сложных систем: состояние и перспективы // В сборнике: Системный анализ в проектировании и управлении. Сборник научных трудов XXV Международной научной и учебно-практической конференции. В 3-х частях. Санкт-Петербург. 2021. С. 224–248.

### References

1. Blinkova A. M. Managing the development of an enterprise on a scale "Cost of business – financial stability" and forecasting the results of business activities. In: *Scientific paradigm – 2020. Collection of scientific papers based on the IX International Scientific and Practical Conference*. 2020. P. 5-9. (In Russ.)
2. Baryshnikov N., samygin D., keleynikova S. Impact of Investment Activity of Agricultural Business On Economic Value Added Of Capital. *Russian Journal of Management*. 2020;8(1):116–120.
3. Grigorieva N. S., Kolycheva J. Ya., Dynnik D. I. Digital transformation of the control system of the tourist complex of the region. *Nauka i obrazovanie: khozyaistvo i ekonomika; predprinimatel'stvo; pravo i upravlenie = Science and Education: Economy and Economics; entrepreneurship; law and management*. 2021;1(128):40–44. (In Russ.)
4. Dynnik D. I. Simulation Dynamic Modeling of Regional Development. *Intellektual'nye resursy – regional'nomu razvitiyu = Intellectual Resources – Regional Development*. 2017;(1-1):15–19. (In Russ.)
5. Dynnik D. I. Evaluation of the effectiveness and monitoring of the activities of regional authorities in modern conditions. *Intellektual'nye resursy – regional'nomu razvitiyu = Intellectual Resources – Regional Development*. 2016;(1):73–76. (In Russ.)
6. Lomov E. E., Zhukova P. A. Business cost as a company management factor (VBM concept). *Innovatsionnaya ekonomika i obshchestvo = Innovative Economics and Society*. 2020;4(30):31–36. (In Russ.)
7. Strokovaya A. V. The influence of the price and structure of capital on the cost of business. *Ekonomika. Biznes. Banki = Economics. Business. Banks*. 2021;5(55):62–70. (In Russ.)
8. Gorelova G. V. Cognitive modeling of complex systems: condition and prospects. In: *System analysis in design and management. Collection of scientific works of the XXV International Scientific and Training and Practical Conference*. In 3 parts. Saint Petersburg; 2021:224–248. (In Russ.)

### Информация об авторе

К. В. Завацкая – преподаватель кафедры «Экономика и инновационные рыночные исследования», Южный университет (Институт, управления, бизнеса и права), магистрант по направлению подготовки «Экономика».

### Information about the author

K. V. Zavatskaya – lecturer of the Department «Economics and Innovative Market Studies» of the South University» (Institute, Management, Business and Rights), undergraduate in the direction of training «Economics».

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.  
The author declares that there is no conflict of interest.

Статья поступила в редакцию 30.03.2022; одобрена после рецензирования 14.04.2022; принята к публикации 16.04.2022.

The article was submitted 30.03.2022; approved after reviewing 14.04.2022; accepted for publication 16.04.2022.