

УДК 336.6

***ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ НА ОСНОВЕ АНТИКРИЗИСНОГО
ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ***

Джевицкая Е.С.

к.э.н., доцент,

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства

Пенза, Россия

Аннотация: в статье содержатся результаты анализа финансовых показателей деятельности туристического агентства и возможности возникновения финансового кризиса в организации, а также разработанные мероприятия по предотвращению финансового кризиса в организации.

Ключевые слова: финансовый кризис, антикризисное управление, эффективность деятельности организации

***INCREASE OF EFFICIENCY OF ACTIVITY OF TOURIST FIRMS ON
THE BASIS OF ANTI-CRISIS FINANCIAL MANAGEMENT***

Dzhevitskaya E.S.

Candidate of Economic Sciences, associate professor "Management"

Penza state university of architecture and construction

Penza, Russia

Abstract: the article contains the analysis of financial performance of the travel Agency and the possibility of a financial crisis in the organization, and develop measures to prevent financial crisis in the organization.

Keywords: financial crisis, crisis management, effectiveness of the organization.

Основными кризисами, которым подвержена финансово-хозяйственная деятельность субъектов экономики считаются финансовые кризисы. С целью их предотвращения необходимо осуществлять постоянный мониторинг финансово-экономического положения организации, разработку новых управленческой, финансовой и маркетинговой стратегий, сокращение издержек, повышение производительности труда, поиск новых источников финансовых ресурсов, усиление мотивации персонала.

Целью исследования являлось проведение анализа предпосылок финансового кризиса в организации и разработка рекомендаций предотвращению их возникновения. Объектом исследования являлось Туристическое агентство «Амалина». Предметом исследования – система показателей, характеризующих финансовое положение организации. Поставленная цель исследования достигалась посредством решения следующих задач: изучение сущности и задач антикризисного финансового управления организацией; анализ финансовых показателей деятельности Туристического агентства «Амалина»; анализ возможности возникновения финансового кризиса в организации; разработка мероприятий по предотвращению финансового кризиса в организации.

Анализ деятельности Туристического агентства «Амалина» в 2012-2016 гг. показал, что организация является стабильно развивающейся, число направлений маршрутов ежегодно увеличиваются, растет число постоянных корпоративных клиентов. Однако в связи с мировым кризисом возросла популярность внутреннего туризма, стоимость туров по которому ниже, чем у зарубежных, объемы реализации путевок в стоимостном выражении в последние годы снизились.

Анализ структуры объема реализации Туристического агентства «Амалина» показал, что наибольшее увеличение продаж туров приходится на Республику Алтай – 37%, Байкал – 15% и на Китай – 27%. Отмечается рост в структуре объема реализации туров во Францию - 5% и в Италию – 3,5%.

Общие объемы реализации путевок Туристического агентства «Амалина»

в последние 4 анализируемых периода снизился. В 2014 г. показатель достигал 9,3 млн. руб. за год, а в 2016 г. он составил 6,9 млн. руб.

Анализ структуры объема продаж турпутевок показывает, что не зависимо от сезона продажи осуществляются. Это связано с тем, что Туристическое агентство «Амалина» работает в основном с корпоративными клиентами, поэтому даже в межсезонье объем продаж идет за счет организации различных семинаров, бизнес-встреч, выставок.

Предпосылками кризисных финансовых ситуаций в туристическом бизнесе являются такие явления как сезонность, которая определяет спрос на туристические услуги в различные месяцы года. Кроме того, случайные негативные климатические проявления могут повлиять на неудовлетворенность клиентов, которые в дальнейшем могут отказаться от сотрудничества с агентством. Важным моментом в таких ситуациях является коммуникативный профессионализм сотрудников по удержанию потенциальных клиентов турагентства.

Анализ структуры клиентов по доходам от продаж показал, что основные клиенты турфирмы - корпоративные клиенты, их доля в 2016 г. составила 37%. Поэтому даже в межсезонье объем продаж идет за счет организации различных семинаров, бизнес - встреч, выставок.

Выявлено, что в процессе управления финансами Туристического агентства «Амалина» задействованы все сотрудники. От профессионального уровня каждого из них зависит объем реализации туров, наличие и рост численности клиентов, удовлетворенных работой агентства, финансовая стабильность организации.

В исследовании разработаны мероприятия антикризисного финансового управления Туристическим агентством «Амалина», включающие элементы диагностики, стадии и направления разработки мероприятий по улучшению финансового положения и росту объема продаж.

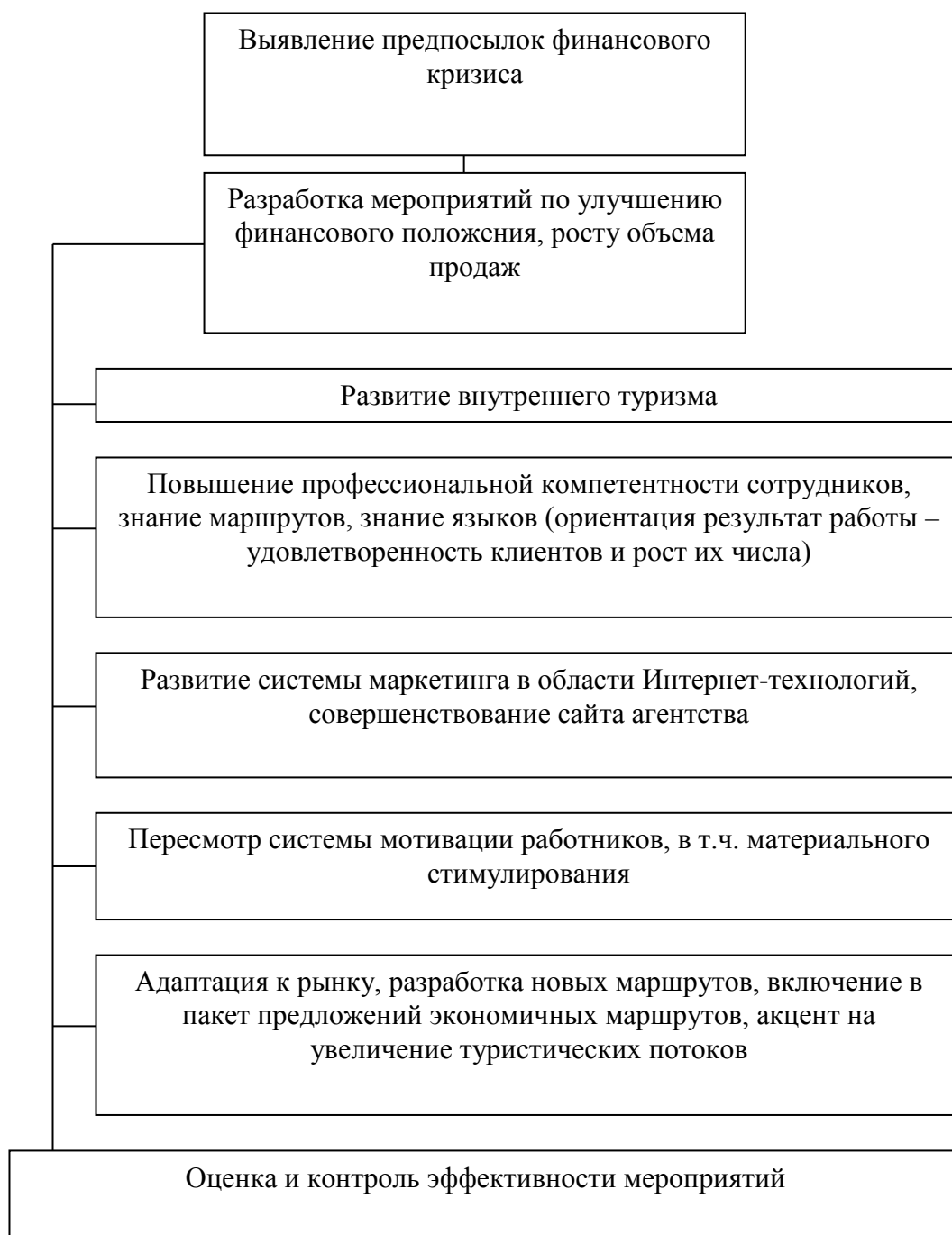


Рис. 1 - Мероприятия по предотвращению возникновения предпосылок финансового кризиса в туристическом агентстве

Направления увеличения объемов продаж Туристического агентства «Амалина» должны касаться прежде всего повышения эффективности работы с клиентами, увеличения их числа, работы по связям с общественностью через средства массовых коммуникаций, ценовой политики.

Таким образом, важнейшим направлением укрепления финансового положения является сохранение и увеличение числа клиентов Туристического агентства «Амалина». В ситуациях с большой вероятностью отмены броней билетов и отелей, рисков плохой погоды в местах отдыха и т.п. психологическая подготовка сотрудников по управлению удовлетворенностью клиентов турами играет одно из ключевых значений. Многим участникам туристического бизнеса (в частности сотрудникам туристического агентства «Амалина») можно рекомендовать обучение в форме тренинга по направлению «Психология потребителя в туризме», которое поможет приобрести навыки работы с клиентами, не удовлетворёнными турами, сохраняя их в числе постоянных потребителей своих услуг. Кроме того, сотрудники должны обладать некоторыми качествами, которые обязательны для антикризисных менеджеров, а именно:

- умение быстро и оперативно мыслить, качественно ориентироваться в непредвиденной обстановке;
- способность проводить грамотный анализ ситуации с опорой на будущее;
- умение качественно распознавать влияние на сложившуюся ситуацию внешних и внутренних факторов;
- умение грамотно оценивать перспективы той или иной организации;
- способность быстро распознавать в чем-то как сильные, так и слабые стороны;
- умение адекватно реагировать даже на самые непредвиденные обстоятельства;
- наличие навыка продуктивной и качественной работы с документами;
- умение грамотно расставлять приоритеты;
- способность доносить в простой форме даже самую сложную информацию и многое другое [1].

Разработанные предложения позволят повысить эффективность антикризисного управления Туристическим агентством «Амалина».

Библиографический список:

1. Стоякин С. Профессия антикризисный менеджер: описание, требования, где учат / С. Стоякин // ФБ.ру, Ноябрь, 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <http://fb.ru/article/274236/professiya> (дата обращения 09.06.17)