

## **МЕХАНИЗМЫ РАННЕГО ВЫЯВЛЕНИЯ ПРИЗНАКОВ БАНКРОТСТВА В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ**

Актуальность темы связана с тем, что туристический бизнес остается одной из наиболее уязвимых сфер экономики: сезонность, внешние шоки и зависимость от глобальных потоков делают компании чувствительными к финансовым рискам. Особое значение такая работа получает в условиях реализации Национальной стратегии устойчивого развития, где подчеркивается приоритет финансовой стабильности малого и среднего предпринимательства.

В современных условиях состояние вопроса складывается неоднозначно: с одной стороны, отрасль демонстрирует устойчивый рост внутреннего туризма, с другой — наблюдается увеличение числа компаний, испытывающих кассовые разрывы, рост долговой нагрузки и дефицит оборотных средств. По данным Белстата, количество туристических компаний в Беларуси значительно сократилось по сравнению с допандемийным периодом. В настоящее время функционирует 1108 турфирм, что составляет примерно две трети от показателя 2019 г., когда их насчитывалось 1544 [1].

Опыт показывает, что наиболее информативными остаются коэффициенты ликвидности, финансовой устойчивости, оборачиваемости и рентабельности. Аналитика финансовой отчетности приобретает особое значение в туристических компаниях из-за выраженной сезонности. При применении факторных моделей становится возможным выделять ключевые причины ухудшения положения — сокращение маржи, рост постоянных затрат, снижение оборачиваемости турпакетов. В туристическом бизнесе ранние признаки — демпинг, смена поставщиков, аудиторские замечания и обесценение активов; мониторинг через СРО и банки предотвращает кризис. Для туроператоров сочетают коэффициенты с динамикой задолженности по формам № 1 и 5 [2].

Опыт других стран показывает, что эта задача успешно решается при интеграции финансового анализа с операционными данными. После кризиса 1997 г. Южная Корея провела масштабную реформу финансового надзора, внедрив централизованную систему корпоративного кредитного скоринга на базе цифровой отчетности и адаптированной модели Альтмана для эффективного раннего выявления и предотвращения рисков банкротства компаний [3]. Становится очевидным, что эффективный механизм раннего выявления признаков

банкротства формируется на стыке нескольких направлений: систематического анализа отчетности, отслеживания динамики ключевых коэффициентов и использования цифровых инструментов. Подход, в котором учитывается совокупность взаимосвязанных индикаторов, позволяет оценивать ситуацию комплексно и предупреждать критические отклонения.

### **Источники**

1. Туризм. Годовые данные // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — URL: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/turizm/godovye-dannye> (дата обращения: 27.11.2025)

2. *Соболева, Е. А.* Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы / *Е. А. Соболева, И. И. Соболев* // Все о туризме. — URL: [https://tourlib.net/books\\_tourism/soboleva31.htm](https://tourlib.net/books_tourism/soboleva31.htm) (дата обращения: 27.11.2025)

3. *Абдухаликова, Д. Т.* Опыт передовых зарубежных стран по оценке финансового состояния предприятий и выявлению признаков банкротства / *Д. Т. Абдухаликова* // Inlibrary. — URL: <https://inlibrary.uz/index.php/arims/article/view/81428> (дата обращения: 27.11.2025)

***М. Э. Мамедов, А. С. Сяргушко***

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — А. А. Голуб*

## **ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ**

С 2020 г. в отношении Республики Беларусь введены внешние санкции. Они действовали не только как системный вызов, но и как мощный катализатор структурных трансформаций национальной индустрии туризма. В результате санкций произошло принудительное, но ускоренное перестроение финансовых потоков, маркетинговых стратегий, туристического продукта, существенно изменились условия функционирования всех ее рыночных участников. В консультационный период туристические отрасли Беларуси пытались укрепить позиции в европейском направлении. Однако санкции не только «закрыли» западные рынки, но и стимулировали развитие сопутствующих мощных внутренних и союзных рынков, потенциал которых ранее не использовался. В 2019 г. стоимость экспортных туров, которые заказывали туристы и экскурсанты, в 9,1 раза превышала стоимость