

## Содержание

Введение.....	3
Раздел 1. Комплексный анализ ООО «Бюро путешествий «Мандарин»» .....	4
1.1 Описание турфирмы ООО «Бюро путешествий «Мандарин»» .....	4
1.2 Организационная структура предприятия .....	5
1.3 Штатное расписание .....	6
1.4 Анализ основных фондов.....	7
1.5 Анализ объемов продаж .....	8
1.6 Анализ себестоимости и затрат .....	10
1.7 Анализ прибыли и рентабельности.....	11
Раздел 2. Анализ рынка туризма Санкт-Петербурга за 2009-2014 годы.....	13
Раздел 3. Анализ деятельности ООО «Бюро путешествий «Мандарин»» в период сезонного спада спроса.....	17
Заключение .....	20
Список литературы .....	21
Приложение 1 .....	23
Приложение 2 .....	24

## Введение

Всем известно, что туризм – это неоднородная сфера экономики, которая зависит от огромного количества внешних факторов – политики, экономики, социокультурного развития и др.

Однако, главным фактором, влияющим на туристскую деятельность, по-прежнему остается то, что мы не можем изменить – климат и природные условия. Погода - это то, что в первую очередь приходит в голову при разговоре о сезонности.

Вся деятельность туристских предприятий напрямую зависит от факторов сезонности. Причем, сезонность - это не только погодные условия. Конечно, главным образом, климат влияет на туризм, но существует ряд дополнительных факторов, которые тоже влияют на турбизнес циклично – это, например, общенародные и религиозные праздники, спортивные и культурные мероприятия, международные бизнес-конференции и прочие события, ставшие традиционными. Все это в комплексе и составляет сезонность.

Сезон в туризме в основном рассматривают в годовом разрезе – из года в год спрос по определенным маршрутам выше в одни месяцы и ниже в другие. В России сезон отпусков в основном, приходится на летние месяцы

Сезонный характер спроса проявляется в неравномерности загрузки всех участников предоставления туристских услуг, а значит и неравномерности получения прибыли, несмотря на относительную однородность расходов предприятий в течение года.

Таким образом, перед туристской сферой постоянно стоит задача по поиску путей сглаживания сезонных факторов.

## Раздел 1. Комплексный анализ ООО «Бюро путешествий «Мандарин»»

### 1.1 Описание турфирмы ООО «Бюро путешествий «Мандарин»»

Турфирма ООО «Бюро путешествий «Мандарин»» начала свой путь в 2007 году. Это небольшая компания, предоставляющая широкий спектр услуг в сфере туризма.

Юридический адрес ООО «Бюро Путешествий «Мандарин» - Ленинградская область, Всеволожский р-н, д. Новое Девяткино, д.101 офис 269 270

Основными направлениями деятельности данной турфирмы можно назвать продажу «горящих» туров, туров выходного дня, а также туров по всем основным массовым направлениям – Европа, Турция, Египет, Таиланд, Тунис и пр. Также турфирма занимается изготовлением шенгенской визы.

На данный момент турфирма находится в состоянии переезда в меньший по размеру офис из-за необходимости сократить расходы.

Сайт компании постоянно поддерживается, обеспечивая туристов доступом к необходимой информации об имеющихся турах, предоставляемых услугах, а также общей информации, необходимой туристу на стадии планирования поездки.

Девизом компании можно назвать слоган, неоднократно повторяющийся в рекламных материалах: «Мы любим свою работу, своих туристов, независимо от того, какой тур Вы покупаете, дешевый или дорогой.»

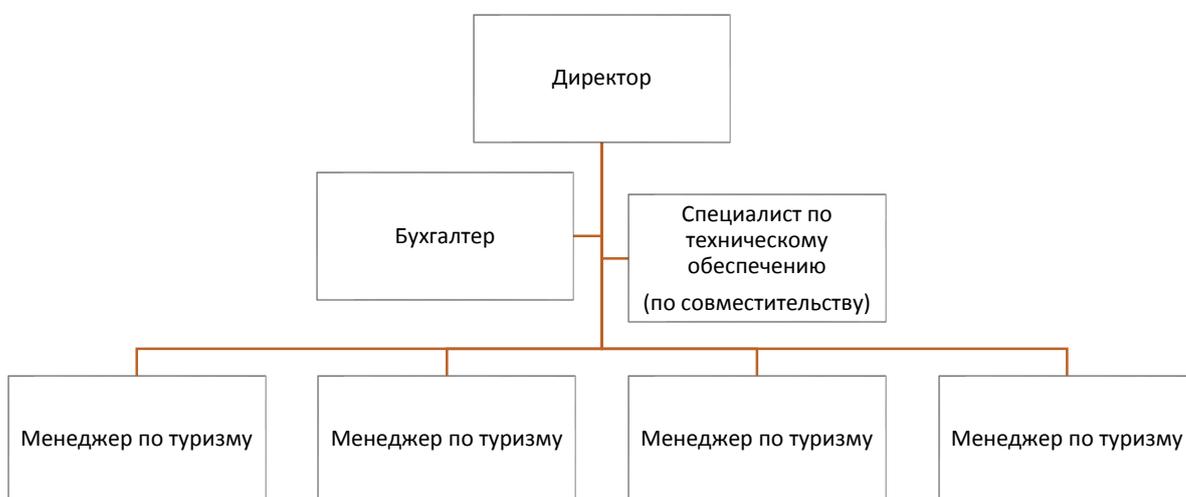
Миссия турфирмы – «Делать все для того, чтобы Ваш отдых, организованный с Нашей помощью, принес Вам только положительные эмоции».

## 1.2 Организационная структура предприятия

Из-за малой численности персонала в турфирме «Бюро путешествий «Мандарин»» используется самая простая организационная структура управления – линейная. Это позволяет быстро достигать поставленных задач и незамедлительно реагировать на возникающие сложности.

Рисунок 1

Организационная структура турфирмы «Бюро путешествий «Мандарин»»



Преимущества: простота, конкретность заданий и исполнителей.  
Недостатки: высокие требования к квалификации руководителей и высокая нагрузка руководителя.

### 1.3 Штатное расписание

Штат сотрудников ООО «Бюро путешествий «Мандарин»» минимален для выполнения поставленных задач. Всей административной работой занимается непосредственно директор. Технический специалист занимается обеспечением работы всего офисного оборудования, а также содержанием сайта компании.

Оклады работников находятся в рамках средней заработной платы в этой отрасли в зависимости от должности.

Таблица 1

Штатное расписание турфирмы «Бюро путешествий «Мандарин»»

Должность	Количество человек	Зарботная плата за месяц (в рублях)		Зарботная плата за год (в рублях)		Изменения	
		2013	2014	2013	2014	+/-	%
		Директор	1	40 000	42000	480 000	504000
Бухгалтер	1	35 000	36750	420 000	441000	21 000	5,00%
Технический специалист	1	15 000	15750	180 000	189000	9 000	5,00%
Менеджер по туризму	4	25 000	26250	300 000	315000	15 000	5,00%
Итого	7	115 000	122764	1 380 000	1451014	69 000	5,00%

Исходя из данных о заработной плате можем рассчитать фонд оплаты труда(ФОТ).

За 2013 год - месячный ФОТ = 115 000 рублей, за 2014 – 122764 рублей.

Для того, чтобы сосчитать годовой ФОТ необходимо умножить сумму годовых выплат всем работникам на среднемесячное число сотрудников.

За 2013 год годовой ФОТ = 1 380 000\*7 = 9660000 рублей, за 2014 год =10157098 рублей.

#### 1.4 Анализ основных фондов

Таблица 2

Анализ основных фондов за 2013 год

Виды ОФ	Стоимость (руб.)		Изменения	
	На начало года	На конец года	+/-	%
Оборудование	90000	85500	-4500	-5,00%
1.Компьютеры	80000	76000	-4000	-5,00%
2.МФУ	5000	4500	-500	-10,00%
3.Фотоаппарат	4000	4000	0	0
4.Телефонный аппарат	1000	1000	0	0
Мебель	50000	54000	4000	8,00%
Прочие	12000	10000	-2000	-17,00%
Итого	242000	235000	-7000	-3%

В 2013 году стоимость основных фондов уменьшилась на 3 процента. Это произошло за счёт некоторого износа офисной техники, а также снижения стоимости прочих ОФ.

Увеличилась стоимость лишь по статье «Мебель» - на 4000 был приобретен комплект мебели для клиентов.

## Анализ основных фондов за 2014 год

Виды ОФ	Стоимость (руб.)		Изменения	
	На начало года	На конец года	+/-	%
Оборудование	85500	80800	-4700	-5%
1.Компьютеры	76000	72000	-4000	-5%
2.МФУ	4500	4300	-200	-4%
3.Фотоаппарат	4000	3500	-500	-13%
4.Телефонный аппарат	1000	1000	0	0%
Мебель	54000	53000	-1000	-2%
Прочие	10000	10000	0	0%
Итого	235000	143800	-91200	-39%

За 2014 год изменения стоимости основных фондов намного сильнее чем в 2013, они составляют 39% (или 91200 рублей). Это говорит о значительных потерях. Самую большую долю изменений составило оборудование.

### 1.5 Анализ объемов продаж

ООО «Бюро путешествий «Мандарин»» занимается наиболее распространенными туристским маршрутами, такими как Европа и Скандинавия, а также популярными странами пляжного отдыха – Египет, Греция, Турция, Таиланд, Кипр.

Кроме того, турфирма активно занимается продажей «горящих» туров по всем популярным направлениям, а также однодневных туров в города Финляндии и Эстонии.

В качестве дополнительной услуги предоставляется оформление визы.

## Объем продаж за 2013-2014 годы

Тип услуги	Стоимость 1 единицы (в рублях)	Объем продаж (год) (кол. проданных единиц)		Объем продаж (год) (руб.)		Изменения	
		2013	2014	2013	2014	+/-	(%)
Оформление шенгенской визы	4 000	500	450	2000000	1800000	-200000	-0,1
Круиз по скандинавским странам	65 000	20	23	1300000	1495000	195000	0,15
Однодневный тур	1 000	45	56	45000	56000	11000	0,24444444
Автобусный тур по Европе	120 000	36	20	4320000	2400000	-1920000	-0,44444444
Пляжный тур	50 000	18	20	900000	1000000	100000	0,11111111
Пляжный тур с экскурсией	60 000	16	22	960000	1320000	360000	0,375
Экскурсионный тур (Италия)	200 000	40	28	8000000	5600000	-2400000	-0,3
<b>Итого</b>		<b>2688</b>	<b>2633</b>	<b>17527013</b>	<b>13673014</b>	<b>-3854000</b>	<b>0,03611111</b>

По данным таблицы можно сделать вывод, что за последний год в целом объем продаж туров снизился на 0,036% (что составляет 3854000 рублей).

Наиболее подвержены спаду оказались услуги по предоставлению визы, а также наиболее дорогие экскурсионные маршруты. В то время как на некоторые недорогие маршруты спрос увеличился. Это говорит о том, что клиенты предпочли более экономный отдых.

## 1.6 Анализ себестоимости и затрат

Себестоимость – это все затраты организации на производство и реализацию продукта/услуги.

Постоянные затраты – это издержки, объем которых не зависит от изменений объема производства (зарботная плата управленческого персонала, услуги связи, амортизация, аренда).

Переменные затраты – их размер изменяется пропорционально изменению объема производства (сырье и материалы, оплата труда производственных работников, полуфабрикаты, топливо и электроэнергия на производственные нужды) [[http://economican.ru/v\\_man.php?id=3](http://economican.ru/v_man.php?id=3)]

Таблица 5

Анализ затрат компании

Показатели	2013	2014	Изменение	
			+/-	%
Аренда	240000	300000	60000	25%
Зарботная плата	1 380 000	1451014	71 014	5%
Амортизация (12% от стоимости ОФ)	28200	17256	-10944	-39%
Реклама	80000	100000	20000	25%
Прочие затраты	50000	53000	3000	6%
Коммерческие расходы	42000	38000	-4000	-10%
Непредвиденные затраты	28000	26000	-2000	-7%
Итого:	1848200	1985270	137070	7%

Себестоимость предприятия за 1 год выросла на 7% в основном за счёт вложений в рекламу и повышения арендной ставки.

## 1.7 Анализ прибыли и рентабельности

Анализ прибыли и рентабельности – это часть анализа финансово-хозяйственной деятельности, которая является наилучшим инструментом учета и контроля использования всех ресурсов предприятия.

Результаты такого анализа используются при планировании любого уровня и оценке эффективности деятельности предприятия.

Таблица 6

Показатели деятельности турфирмы ООО «Бюро путешествий «Мандарин»»

	Единица измерения	2013	2014	Изменение	
				+/-	%
Выручка	руб.	17527013	13673014	-3853999	-22%
Себестоимость	руб.	1848200	1985270	137070	7%
Стоимость основных фондов	руб.	235000	143800	-91200	-39%
Количество работников	Чел.	7	7	0	0%
ФОТ	руб.	9660000	10157098	497098	5%
Прибыль от реализации (выручка-себестоимость)	руб.	15678813	11687744	-3991069	-25%
Рентабельность продаж (прибыль/выручка*100%)	%	89	85	-4	-4%
Рентабельность производства (прибыль/себестоимость*100%)	%	8,48	5,88	-2,6	-31%
Фондоотдача (выручка/основные фонды)	руб.	74,6	95,08	20,48	27%
Средняя заработная плата	руб./чел.	197142,85	207287,71	10144,86	5%

На основании общего анализа деятельности турфирмы «Бюро Путешествий «Мандарин»» можно сделать вывод о постепенно снижающемся экономическом эффекте деятельности.

Значительное снижение выручки говорит о том, что компания не может предложить услуги в прежнем объеме. Постепенно теряя клиентов, турфирма теряет свою привлекательность для новых покупателей, что говорит о недостатках рекламной стратегии компании.

На 7% за год выросла себестоимость. Здесь можно предположить, что это происходит из-за роста потребительских цен на необходимые для производства услуги ресурсы.

Также стоит отметить, что рост себестоимости на фоне снижения выручки – очень негативный фактор, который говорит о недостатках на этапе планирования.

Также в этой ситуации важно пересмотреть ценовую политику компании – такое может происходить в результате того, что торговые наценки не покрывают необходимых расходов.

В целом организации стоит в корне пересмотреть долгосрочные планы и создать новую стратегию развития, которая поможет не потерять полностью экономический эффект и выйти на качественно новый уровень.

Как альтернативный вариант, возможно привлечение со стороны кризис-менеджера или присоединение к какой-либо сети туркомпаний.

## Раздел 2. Анализ рынка туризма Санкт-Петербурга за 2009-2014 годы

Туризм – это крупная мировая индустрия, которая составляет порядка 10% мирового валового продукта. В этой сфере задействовано огромное количество служащих, основных средств и, конечно, крупных капиталов.

В России туризм, в виду того, что путешествия за рубеж стали широко доступны только после 1991 года, все-таки отстает по основным показателям от экономически развитых стран. По статистическим данным каждая третья поездка за рубеж – с целью отдыха, а в Россию – лишь каждая 10-я. Это говорит о небольшой привлекательности нашей страны для иностранных граждан.

Основными направлениями выездного туризма за последнее время стали Турция, Греция, Испания, Египет, Кипр, Таиланд, Тунис, Болгария, Италия и Черногория. Заметно возрос спрос на курорты с системой «all-inclusive» (все включено) – это связано с тем, что люди в современном мире стали больше времени уделять работе, поэтому во время отпуска они хотят полностью отключиться от ежедневных забот. По этой же причине растет популярность так называемых «мультитуров» - путешествий, захватывающих несколько (а иногда и довольно много) городов или стран. К таким турам можно отнести автобусные туры по Европе, Скандинавии, многочисленные круизы.

Что касается Санкт-Петербурга, стоит отметить неугасающую популярность однодневных, многодневных и самостоятельных поездок в Финляндию, что, конечно, связано с непосредственной близостью и недолгой дорогой.

Основными проблемами российского туризма можно назвать недостаточно развитую инфраструктуру, отсутствие правового регулирования на необходимом уровне, бюрократические трудности. Для внутреннего

туризма также характерна проблема дороговизны – зачастую, путешествие внутри страны может обойтись в разы дороже отдыха за границей.

За последние 5 лет (в период с 2009 по 2014 годы) рынку российского туризма удалось проделать достаточно успешный путь. Несмотря на падение количества въехавших в страну на целых 8% в 2009 году, здесь еще чувствовались отголоски кризиса 2008, к 2012 году рост достиг 10%. В 2013 году въезд в Россию вырос всего на 3,67%.

В 2012 году самым популярным направлением для туристов со всего мира стала Европа – это произошло в результате кризиса, повлекшего за собой понижение цен. Из одного миллиарда туристов 535 млн отправились в отпуск в Старый свет. Для сравнения, азиатские и тихоокеанские страны посетили 233 миллиона туристов. [7]

Однако, туризм очень чувствителен к изменениям политических сил, поэтому, из-за обострения отношений России и Запада и ухудшения имиджа страны туристский рынок в 2014 году пострадал очень значительно (приложение 2).

По данным Российского Союза Туриндустрии за первые полгода наш рынок туризма потерял порядка 30-50% въездного турпотока. Особенно высок процент отказов от поездок в США, Великобритании, стран Азии, Скандинавии. Франция и Италия же не спешат отказываться от купленных туров.

Если посмотреть на данные Росстата, то видно, что даже в 2013 году было продано меньше путевок, чем в 2007, хотя число турфирм 2013 было в 2 раза больше, чем в 2007 году. (приложение 1)

Причинами уменьшения доходов турфирм и приостановки их деятельности можно назвать:

- Негативное развитие экономики – доходы населения практически не растут.
- Нестабильность валютного рынка.
- Запреты и ограничения выезда госслужащих за границу.
- Рост числа самостоятельных поездок.

По прогнозам экспертов, для того чтобы спасти рынок туризма в следующем году, необходимо чтобы политическая напряженность завершилась мирно как можно скорее. [11]

Что касается выездного туризма – за последние несколько лет практически не изменились наиболее популярные направления – Греция, Таиланд, Испания.

Средний рост за 5 лет, по данным Росстата, составляет около 11%, однако в этом году кризисы экономической и политической жизни страны существенно снижает эти показатели.

По прогнозам аналитика М. Грант рост турпотока из России не превысит 5%, хотя на 2013 он составлял внушительные 15%.

Наибольшие потери туристов ощутили Финляндия и Кипр, которому необходим приток туристов для восстановления после кризиса. Лидеры же Испания и Греция теряют 9% и 43% соответственно.

Минимальные потери ощущает Турция – по прогнозам на конец года рост притока туристов составит около 9%.

В связи с изменениями на рынке туризма, люди обратили внимание на внутренний туризм. Продажи авиабилетов по внутренним маршрутам увеличились на 8% за первые полгода 2014. [10]

На пресс-конференции по вопросам туризма, Исполняющий Обязанности руководителя Ростуризма Олег Сафронов озвучил предварительные данные по росту внутреннего туризма – порядка 25-30%.

Также было озвучено, что на 11% в общем выросло количество поездок, а средняя сумма, которую готовы потратить на отдых – 29700 на человека.

Все это говорит о том, что сегодня складывается не совсем ясная картина будущего туризма – он подвергается изменениям реагируя на политику и экономику, а они сейчас становятся все более непредсказуемы.

Избежать критического состояния рынка туризма возможно только при своевременном государственном урегулировании – создании нормативной базы для дальнейшего функционирования туристских предприятий, а также при реализации грамотной конкурентной и ценовой политики оставшихся сильных игроков рынка.

Цены на путевки в результате такого кризиса несомненно вырастут – не только из-за нестабильности курсов валют, но и в результате увеличения страховых сумм компаний.

Для того чтобы не потерять прибыль, турфирмы уже встали на путь развития внутреннего туризма – по данным рейтинга «Топ-7 главных тенденций 2014 года в сфере туризма» прошедшая олимпиада в Сочи стала толчком к повышению популярности путешествий по стране.

Грамотное развитие внутреннего туризма должно не только продвигаться турфирмами, желающими сохранить спрос, но и активно поддерживаться государством – создание и поддержание инфраструктуры, проведение массовых мероприятий и т.д.

Для этого требуется самым серьезным образом модернизировать Концепцию развития туризма в России, разработать эффективную современную модель конкурентоспособного отечественного туризма на мировом туристском рынке для превращения туризма в доходную и бюджетообразующую отрасль[15].

### Раздел 3. Анализ деятельности ООО «Бюро путешествий «Мандарин»» в период сезонного спада спроса

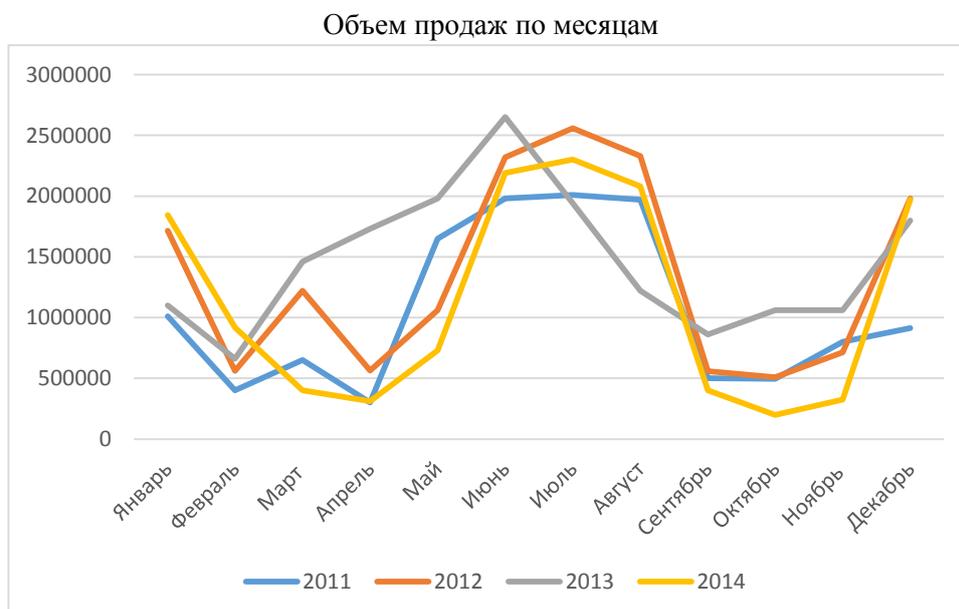
Для того, чтобы проанализировать сезонные колебания спроса в турфирме, необходимо, для начала, выявить их наличие. Для этого необходимо составить график исходных данных.

Таблица 7

Объем продаж по месяцам (в руб.)

	2011	2012	2013	2014
Январь	1010000	1715000	1100000	1845000
Февраль	400000	561400	661402,6	920000
Март	650000	1220000	1461402,6	400000
Апрель	300000	563000	1730000	312000
Май	1650000	1060500	1980000	730000
Июнь	1980000	2320000	2650000	2190000
Июль	2010000	2560000	1940000	2300000
Август	1970000	2330000	1220000	2080000
Сентябрь	500000	560000	861402,6	400000
Октябрь	495000	510000	1061402	200000
Ноябрь	800000	714000	1061403,2	326014
Декабрь	914000	1980000	1800000	1970000
Итого	12681011	16095912	17529026	13675028

Рисунок 2

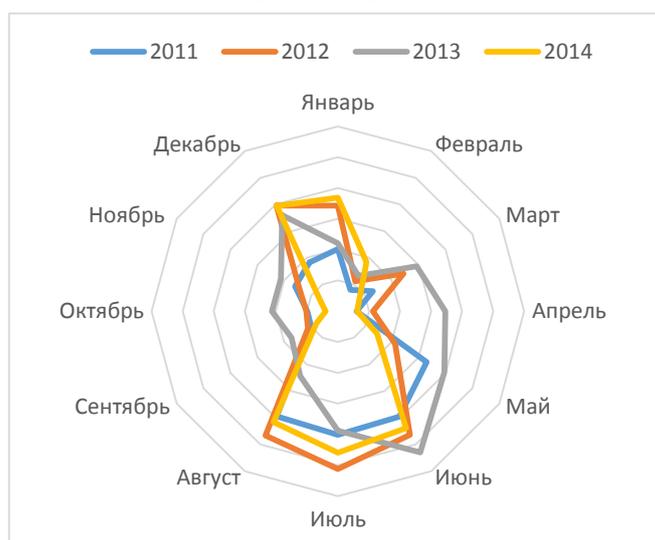


При рассмотрении диаграммы становится понятно, что колебания вызваны не случайными факторами, а происходят закономерно. Это говорит о том, что фактор сезонности ощутимо сказывается на работе конкретной турфирмы.

Наиболее высоким уровнем продаж характеризуется период с апреля по сентябрь, а также декабрь. В остальное время наблюдаются спады относительно этих периодов. Пиковыми точками можно считать Июль и Декабрь.

Рисунок 3

Сезонные колебания спроса в турфирме «Бюро путешествий «Мандарин»»



В турфирме «Бюро путешествий «Мандарин»» существуют выработанные стратегии работы во время сезонного спада – в этот период составляются все необходимые отчеты и формы документов, которые в дальнейшем остается только скорректировать.

Работникам предоставляется возможность поднимать квалификацию, проходя различные формы обучения. Приветствуются посещения семинаров, курсов и тренингов различной тематики.

Рекламная политика компании рассчитана на постоянное поддержание интереса к турфирме, а также, информирование потребителя о новых услугах.

Для привлечения туристов в «низкий сезон» используется реклама в интернете, а также специальные акции. Например, некоторое время действовала акция «Самостоятельный турист», которая предлагала скидку (5%) за самостоятельный подбор тура на сайте.

Также в турфирме «Бюро путешествий «Мандарин»» в последнее время набирает обороты развитие событийного туризма – это касается как однодневных, так и более продолжительных путешествий.

Большое количество мероприятий проходит осенью и весной в городах Финляндии – танцевальные конкурсы, музыкальные фестивали, сезонные ярмарки – все это заслуживает внимания туристов, поэтому многие однодневные туры формируются с учетом таких мероприятий.

Туры по Европе стали разнообразнее в низкий сезон благодаря гастрономическому туризму – все больше людей заказывает специализированные туры, приуроченные к «ресторанным дням» и фестивалям местной кухни той или иной страны.

Основной проблемой турфирмы «Бюро путешествий «Мандарин»» является сокращение расходов – в этом году, из-за значительного повышения арендной платы даже пришлось задуматься о смене помещения, что и происходит в данный момент.

Что касается снижения расходов на персонал, компания стремится избежать критической необходимости временного или постоянного снижения заработной платы и сокращения количества работников, так как это может сказаться на качестве предоставляемых услуг.

В целом, сейчас сложно прогнозировать сезонность на будущий год из-за общего снижения спроса на услуги турфирмы и в то же время постоянного увеличения расходов.

## Заключение

В результате исследования деятельности турфирмы «Бюро путешествий «Мандарин»» стало понятно, что несмотря на все прилагаемые усилия по снижению затрат, экономическая эффективность деятельности постепенно снижается. Об этом говорит значительное снижение выручки при росте себестоимости, что является, несомненно, негативным путем развития.

Сейчас турфирма активно сокращает расходы за счет смены арендуемой площади в пользу более выгодного помещения, однако сокращать расходы на персонал пока не торопится.

Турфирма «Бюро путешествий «Мандарин»», как и большинство компаний этой отрасли подвержена сезонным колебаниям спроса – пиковые нагрузки наблюдаются в летний период, а также в декабре-январе, в период новогодних каникул.

Чтобы привлечь туристов в межсезонье или «низкий» сезон используются специальные акции, сезонные скидки, подарки и прочие приятные потребителю формы снижения цены и привлечения внимания.

Также, компания старается увеличить количество бюджетных предложений – короткие одно- и двухдневные программы, увеличение количества «горящих» путевок.

На данном этапе турфирма находится не в самом выигрышном положении, в том числе и из-за постоянно меняющейся политико-экономической ситуации, влекущей периоды низкого спроса. Однако, при грамотном сочетании мер сглаживания сезонности, снижения издержек и разработке грамотной стратегии развития, возможно не только преодолеть уменьшение прибыли, но и выйти на качественно новый уровень среди конкурентов.

## Список литературы

1. Вавилова Е. В. Основы международного туризма. / Е.В. Вавилова - М.: Гардарики, 2009. - 121с.,160 с.
2. Ковалев А. И. Анализ финансового состояния предприятия. / А.И. Ковалев, Привалов В.П. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2012. - 192 с.
3. Ковалева А.М. Лапуста М.Г. Скамай Л.Г. Финансы фирмы. Инфра – М. 2009. – 522с.
4. Папирян Г.А. Международные экономические отношения. Маркетинг в туризме. - М.: Финансы и статистика, 2011.-98 с.
5. Скриптунова Е. П. Сезонные спады в продажах / Е.П. Скриптунова. // Управление сбытом. - № 9. - 2011- 14с
6. Чечевицына Л.Н., Чуев И.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник. – М.: Дашков и К, 2010. – 352 с.

## Интернет-ресурсы

7. Голова И. Меняю кризис на отпуск [Электронный ресурс], <http://www.aif.ru/money/40101> (дата обращения: 19.12.14)
8. Сезонность в туризме: избежать не удастся, но приручить можно [Электронный ресурс], <http://kommersant.uz/articles/list-articles/sezonnost-v-turizme-izbezhat-ne-udastsya-no-priruchit-mozhno> (дата обращения: 14.12.2014)
9. Сезонность функционирования туррынка [Электронный ресурс], <http://gigabaza.ru/doc/69443.html> (дата обращения: 03.12.14)
10. Статистическая информация по въезду иностранных граждан в Россию и выезду российских граждан за рубеж [Электронный ресурс], <http://visit-russia.ru/press-centr/statistika> (дата обращения: 18.12.14)

11. Туроператоры сообщают о спаде турпотока в Россию до 50% [Электронный ресурс], <http://www.vedomosti.ru/companies/news/32126571/turoperatory-soobschayut-o-spade-turpotoka-v-rossiyu-do-50> (дата обращения: 16.12.14)
12. Турпоток в Россию с востока растет, а с запада – падает [Электронный ресурс], [http://www.ratanews.ru/news/news\\_7032013\\_1.stm](http://www.ratanews.ru/news/news_7032013_1.stm) (дата обращения: 15.12.14)
13. Переменные затраты и постоянные затраты [Электронный ресурс], [http://economics.ru/v\\_man.php?id=3](http://economics.ru/v_man.php?id=3) (дата обращения: 05.12.14)
14. Почему закрываются турфирмы в 2014 году [Электронный ресурс], [http://www.sovety-turistam.ru/turfirmy\\_spisok.html](http://www.sovety-turistam.ru/turfirmy_spisok.html) (дата обращения: 19.12.14)
15. Развитие внутреннего туризма [Электронный ресурс], <http://www.rae.ru/forum2012/184/133> (дата обращения: 21.12.14)

## Список турфирм, приостановивших деятельность в 2014 году

Фирма	страховое покрытие	когда остановила деятельность	страница с информацией в Ростуризме
ЗАО "Фирма Нева"	454 200 000	16/07/2014	<a href="http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=108">http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=108</a>
ООО «Роза ветров Мир»	30 000 000	25/07/2014	<a href="http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=7465">http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=7465</a>
ООО "ЭКСПО-ТУР"	30 000 000	30/07/2014	<a href="http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=6918">http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=6918</a>
ООО "Лабиринт"	100 000 000	02/08/2014	<a href="http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=626">http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=626</a>
ООО "ИнтАэр"	30 000 000	05/08/2014	<a href="http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=251">http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=251</a>
ООО «НОРДИК СТАР»	30 000 000	06/08/2014	<a href="http://russiatourism.ru/news/4357/">http://russiatourism.ru/news/4357/</a>
ООО "Ветер странствий"	30 000 000	14/08/2014	<a href="http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=5570">http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=5570</a>
ООО "Санта Люция"	500 000	20/08/2014	<a href="http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=2185">http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=2185</a>
ЗАО "Атлас"	45 000 000	22/08/2014	<a href="http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=1441">http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=1441</a>
ООО "Авиачартер-ДВ"	30 000 000	29/08/2014	<a href="http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=8986">http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=8986</a>
ООО «Солвекс-Турне»	450 000 000	08/09/2014	<a href="http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=641">http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=641</a>
ООО "Южный Крест Трэвел"	100 000 000	10/09/2014	<a href="http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=4621">http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=4621</a>
ООО "Верса"	210 000 000	15/09/2014 частично (только выездной туризм)	<a href="http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=335">http://reestr.russiatourism.ru/?ac=view&amp;id_reestr=335</a>  <a href="http://russiatourism.ru/news/4670/">http://russiatourism.ru/news/4670/</a>

## ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ ФИРМ (данные Росстата)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Число туристских фирм (на конец года) - всего	6639	6477	6897	9133	10266	10773	11324
в том числе занимались:							
туроператорской деятельностью	1008	928	906	1193	548	463	478
туроператорской и турагентской деятельностью	...	...	...	...	1351	1441	1362
турагентской деятельностью	4761	4787	5238	6941	7787	8265	8936
только продвижением туров (путевок)	183	164	125	184	...	...	...
иной туристской деятельностью	377	290	281	332	...	...	...
только экскурсионной деятельностью	310	308	347	483	580	604	548
Средняя численность работников (включая внешних совместителей и работников неписочного состава), тыс. человек	44	42	40	48	47	49	50
Число реализованных населению туристских путевок – всего, тыс.	5819	4305	3666	4358	4427	4763	5384
по территории России	1659	1030	830	872	929	905	969
по зарубежным странам	4057	3183	2772	3367	3326	3738	4240
Стоимость реализованных населению туристских путевок – всего, млн. руб	124133	117811	128243	167933	175366	208118	249898
из них гражданам России							
по территории России	26761	17736	15558	18343	21265	22746	23876
по зарубежным странам	96307	98940	111642	148148	152610	183309	222002

