



БИЗНЕС-ПАКЕТ • ТУРИСТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО

ПОЛНЫЙ БИЗНЕС-ПЛАН ТУРИСТИЧЕСКОГО АГЕНТСТВА "ПОД КЛЮЧ"

От идеи до стабильной прибыли: анализ рынка, финансовая модель,
пошаговая стратегия запуска

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Суть проекта: создание туристического агентства - офлайн или онлайн, специализирующегося на продаже туров, авиабилетов, страхования и сопутствующих услуг. Основной доход - комиссионное вознаграждение от туроператоров, отелей и авиакомпаний (обычно 5-15% от стоимости тура).

Цель: занять устойчивую позицию на локальном рынке, выйти на чистую прибыль **80 000 - 300 000 ₽/месяц** (в зависимости от формата) и обеспечить окупаемость вложений в срок **12-24 месяца**.

Стартовый капитал: от **150 000 ₽** (онлайн-агентство без офиса) до **500 000 - 800 000 ₽** (офлайн-офис с вывеской и рекламой).

Срок окупаемости: 12-18 месяцев для онлайн-формата, 18-24 месяца для офлайн-офиса.

Форма собственности: ИП (для небольших форматов) или ООО (для масштабирования, работы с крупными корпоративными клиентами и участия в тендерах). Рекомендуемый налоговый режим: УСН "Доходы" (6%) на старте, при росте расходов - переход на УСН "Доходы минус расходы" (15%).

150k ₺

Микро-старт
(онлайн)

12-24 мес

Срок окупаемости

40-45k ₺

Средний чек (тур
на 2-3 чел.)

5-15%

Комиссия туроператора

2. АНАЛИЗ РЫНКА И ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

2.1. Состояние рынка туристических услуг

Внутренний туризм в России в 2025 году вышел на рекордные показатели. По данным Ассоциации туроператоров России (АТОР), объем рынка внутренних туруслуг превысил 1,2 трлн рублей, показав прирост 12% к 2024 году. Зарубежный туризм также восстанавливается: по итогам 2025 года выездной поток превысил 15 млн человек, что на 25% больше, чем в 2024 году. Рынок восстанавливается, и спрос на качественное туристическое обслуживание остается высоким.

Тренды 2025-2026 годов: рост спроса на индивидуальные туры, экотуризм, гастрономические туры, семейные поездки, а также на услуги по подбору нестандартных направлений. Все больше клиентов предпочитают не просто купить готовый тур, а заказать **индивидуальную разработку маршрута**. Это открывает нишу для агентств с экспертизой.

2.2. Целевая аудитория

- **Семьи с детьми (35%):** отдых на море, детские лагеря, тематические парки. Ценят безопасность, удобство и готовы платить за пакетные туры.
- **Молодые пары и группы (25%):** активный туризм, индивидуальные маршруты, нестандартные направления (Вьетнам, Камбоджа, Южная Америка).
- **Корпоративные клиенты (20%):** организации, покупающие туры для сотрудников (тимбилдинг, поощрительные поездки, конференции за рубежом).
- **Пенсионеры и пожилые (10%):** оздоровительные туры, санатории,

экскурсионные программы.

- **Индивидуальные путешественники (10%):** подбор отелей, трансферов, страхования.

Важно: 70% клиентов предпочитают оставлять заявки через интернет, сравнивая предложения нескольких агентств.

2.3. Конкурентная среда

Рынок туристических агентств достаточно конкурентен, но ниша для экспертов и специализированных агентств остается свободной. Ключевые факторы успеха:

- **Экспертность и знание направлений** - клиенты ценят консультацию, а не просто бронирование.
- **Работа с отзывами и репутация** - 84% клиентов читают отзывы перед выбором агентства.
- **Гибкость и индивидуализация** - готовность подбирать тур под конкретного клиента.
- **Скорость ответа** - оперативность на запросы (важнейший фактор в туризме).

3. РЕГИСТРАЦИЯ И ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

- **Организационно-правовая форма:** ИП (для малых форматов) или ООО (для масштабирования и работы с крупными клиентами).
- **Коды ОКВЭД:**
 - **79.11** - Деятельность туристических агентств (основной).
 - **79.12** - Деятельность туроператоров (если регистрируетесь как туроператор).
 - **52.29** - Деятельность вспомогательная, связанная с перевозками.
- **Система налогообложения:** УСН "Доходы" (6%) - подходит на старте при небольшом количестве расходов. При росте доходов и увеличении доли расходов (более 70%) - переход на УСН "Доходы минус расходы" (15%).
- **Лицензирование:** турагентская деятельность **не требует лицензии**. Туроператорская деятельность требует обязательной регистрации в Едином федеральном реестре туроператоров (ЕФРТ) и наличия финансового обеспечения (страховка или банковская гарантия) на сумму

от 500 000 до 50 млн ₽ в зависимости от объема. Для турагентства - достаточно не быть туроператором.

- **Регистрация в реестре туроператоров:** если вы планируете формировать туры, а не только продавать готовые - обязательно.

 **Совет:** Большинство начинающих агентств работают как **турагенты**, а не туроператоры. Это проще, дешевле и не требует фингарантий. Основная задача - выбрать надежных туроператоров и заключить с ними агентские договоры.

4. ТРЕБОВАНИЯ К ПОМЕЩЕНИЮ (для офлайн-формата)

- **Площадь:** от 15-20 м² для офиса с рабочими местами, от 30-40 м² с зоной ожидания для клиентов.
- **Расположение:** в проходном месте с витриной, рядом с остановками или торговыми центрами. Для онлайн-формата - юридический адрес и возможность проводить встречи (коворкинг или домашний офис).
- **Вывеска:** обязательна для привлечения прохожих. Должна быть хорошо видна.
- **Интерьер:** комфортный, профессиональный, вызывающий доверие.

5. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКОЕ ОСНАЩЕНИЕ

5.1. Пример расчета для офлайн-формата (2 сотрудника)

№	Наименование	Кол-во	Цена за ед., ₽	Сумма, ₽
1	Компьютер / ноутбук (2 шт.)	2	40 000	80 000
2	Монитор дополнительный	2	10 000	20 000
3	Офисная мебель (столы, стулья, шкаф, стойка администратора)	комплект	50 000	50 000

№	Наименование	Кол-во	Цена за ед., ₽	Сумма, ₽
4	Телефон / IP-телефония	2	5 000	10 000
5	Принтер МФУ (печать, сканер)	1	15 000	15 000
6	Офисная оргтехника (калькулятор, ламинатор)	комплект	5 000	5 000
7	Кассовое оборудование (онлайн-касса) - при необходимости	1	15 000	15 000
8	Программное обеспечение (CRM, системы бронирования)	-	15 000	15 000
ИТОГО оборудование:				210 000 ₽

✚ Для онлайн-агентства оборудование обойдется в 100 000-150 000 ₽ (ноутбуки, телефония, CRM).

6. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН И ШТАТ

6.1. Структура персонала

Должность	Кол-во	Обязанности	Зарплата (₽/мес)
Менеджер по туризму	2-3	Консультация, продажи, подбор туров, бронирование, работа с документами	35 000 - 45 000
Руководитель / Управляющий	1	Стратегия, маркетинг, закупки, партнерские отношения, контроль	60 000 - 80 000
Маркетолог / SMM-менеджер (на аутсорсе)	1	Продвижение в соцсетях, контент, реклама	20 000 - 30 000
Бухгалтер (на аутсорсе)	1	Ведение бухгалтерии, отчетность	5 000 - 10 000

Должность	Кол-во	Обязанности	Зарплата (₽/мес)
ИТОГО ФОТ в месяц:			155 000 - 210 000 ₽

Для онлайн-агентства штат может состоять из 1-2 менеджеров и управляющего.

7. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

7.1. Каналы привлечения клиентов

- **Социальные сети:** VK, Instagram, Telegram - публикация фото направлений, отзывов, анонсов акций, видеороликов.
- **Контекстная реклама:** Яндекс.Директ и Google Ads по запросам "горящие туры", "отдых на море", "туры в Турцию". Бюджет: 15 000-30 000 ₽/мес.
- **SEO-оптимизация:** продвижение сайта в поиске по запросам, характерным для вашего региона.
- **Отзывы и репутация:** работа с 2ГИС, Яндекс.Карты, отзовики. 84% клиентов читают отзывы - это критично!
- **Партнерства:** с отелями, авиакомпаниями, страховыми компаниями, event-агентствами.
- **Сарафанное радио:** лучшая реклама - довольные клиенты.

7.2. Дополнительные услуги (для повышения среднего чека)

- **Страховка:** медицинская страховка, страховка от невыезда.
- **Трансфер:** организация трансфера из аэропорта в отель и обратно.
- **Экскурсии:** продажа дополнительных экскурсий.
- **Визовая поддержка:** консультация по визам, помощь в сборе документов.
- **Аренда авто:** через партнеров.

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

8.1. Стартовые инвестиции (офлайн-формат)

Статья расходов	Сумма, ₽
Оборудование и техника (из п. 5.1)	210 000
Аренда помещения (залог + 2 месяца)	80 000 - 150 000
Регистрация, юридическое сопровождение	15 000
Маркетинг на старте (вывеска, соцсети, реклама)	50 000 - 100 000
Резервный фонд (на 2-3 месяца)	200 000 - 300 000
ИТОГО СТАРТОВЫЙ КАПИТАЛ	555 000 - 775 000 ₽

✚ Для онлайн-формата стартовый капитал - 150 000 - 250 000 ₽ (без аренды офиса и вывески).

8.2. Ежемесячные операционные расходы

Статья	Сумма, ₽
Аренда офиса	30 000 - 50 000
Коммунальные платежи, интернет, телефония	10 000 - 15 000
ФОТ (2-3 менеджера + управляющий)	155 000 - 210 000
Маркетинг и реклама	30 000 - 50 000
Программное обеспечение (CRM, бронирование)	5 000 - 10 000
Прочие расходы (канцелярия, банковское обслуживание)	10 000 - 15 000
ИТОГО РАСХОДОВ В МЕСЯЦ	240 000 - 350 000 ₽

8.3. Прогноз доходов (средний сценарий)

Сценарий для офлайн-агентства (продажа 10 туров в месяц):

- **Средняя стоимость тура:** 40 000 - 45 000 ₽ (на 2-3 человек).

- **Средняя комиссия (5-15%):** 2 000 - 5 000 ₽ с тура.
- **Дополнительные услуги (страховка, трансфер, экскурсии):** + 10-20% к комиссии.
- **Итого комиссия с одного тура (в среднем):** 3 000 - 4 000 ₽.
- **Доход в месяц при 10 турах:** 30 000 - 40 000 ₽.
- **Дополнительные услуги:** 5 000 - 10 000 ₽.
- **Итого выручка (комиссия + доп. услуги):** 35 000 - 50 000 ₽/месяц.

При 20 турах в месяц выручка составит **70 000 - 100 000 ₽/месяц.**

Чистая прибыль при расходах 300 000 ₽ и выручке 100 000 ₽: **-200 000 ₽** (убыток). Для выхода на прибыль необходимо продавать минимум 20-30 туров в месяц.

 **Важно:** Турагентство - бизнес с высокой маржинальностью, но низкой абсолютной прибылью на одной сделке. Успех зависит от количества продаж. Для масштабирования нужно агрессивно привлекать клиентов и увеличивать конверсию.

8.4. Точка безубыточности

При постоянных расходах 300 000 ₽ и средней комиссии 3 000 ₽ с тура, точка безубыточности = $300\,000 / 3\,000 = 100$ **туров в месяц**. Для достижения этой цифры потребуется сильная маркетинговая поддержка (реклама, SEO, отзывы) и высокая конверсия.

9. РИСКИ И СПОСОБЫ ИХ СНИЖЕНИЯ

Риск	Решение
Низкая загрузка в первые месяцы	Активный маркетинг, спецпредложения, партнерства с локальными бизнесами, работа с сарафанным радио.
Банкротство туроператора	Выбирать надежных туроператоров с хорошей репутацией, диверсифицировать партнеров, оформлять страховку.
Сезонность (спад в межсезонье)	Предлагать нестандартные направления, экскурсионные туры, развивать корпоративный сегмент (командировки, мероприятия).

Риск	Решение
Потеря клиентов из-за негативных отзывов	Работать с обратной связью, отвечать на отзывы, улучшать сервис, решать проблемы клиентов оперативно.
Высокая конкуренция	Специализация (нишевые направления, индивидуальный подход), сильный бренд, качественный сервис.

10. ДОРОЖНАЯ КАРТА ЗАПУСКА

- **Месяц 1:** Регистрация бизнеса (ИП/ООО), выбор системы налогообложения, поиск помещения (если офлайн), заключение договора аренды.
- **Месяц 2:** Закупка оборудования, установка ПО (CRM, системы бронирования), заключение агентских договоров с туроператорами.
- **Месяц 3:** Запуск сайта, соцсетей, рекламной кампании, подбор персонала, обучение.
- **Месяц 4:** Первые продажи, сбор отзывов, корректировка маркетинговой стратегии.
- **Месяц 6-12:** Выход на плановую загрузку, оптимизация расходов, расширение ассортимента туров.
- **12-24 месяц:** Окупаемость вложений, масштабирование (открытие франшизы, запуск дополнительных направлений).

Советы для начинающих:

- Начните с онлайн-формата (без офиса) - это минимизирует риски и позволяет "обкатать" модель.
- Сделайте ставку на **качество обслуживания** и **скорость ответа** - это главное преимущество в туризме.
- **Отзывы и репутация** - основа успеха в туризме. Нарращивайте базу отзывов с первых продаж.
- **Специализируйтесь** на 2-3 направлениях, чтобы стать экспертом в них, а не распыляться на все страны.
- Заключайте агентские договоры с надежными туроператорами (например, Pegas Touristik, Coral Travel, Tez Tour).
- Внедрите CRM для управления клиентами и автоматизации продаж.

© Комплект документов "Бизнес-пакет: Туристическое агентство" - полный бизнес-план.
Данные актуальны на 2025-2026 гг. Рекомендуется адаптировать расчеты под конкретный
город и формат.