



ТРЕБОВАНИЯ К ПОМЕЩЕНИЮ (ПАМЯТКА)

Для офлайн-формата туристического агентства

Если вы планируете открывать туристическое агентство с физическим офисом, выбор помещения - один из ключевых факторов успеха. Правильное расположение, площадь, планировка и визуальное оформление напрямую влияют на количество клиентов и их доверие. Данная памятка поможет вам учесть все важные нюансы.

 **Важно:** Для онлайн-агентства отдельный офис не требуется - достаточно юридического адреса и возможности проводить встречи в коворкинге или арендованном пространстве.

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПОМЕЩЕНИЮ

- **Нежилое помещение** - обязательно нежилой фонд (торговое или офисное помещение).
- **Площадь:** от 15-20 м² для офиса с 1-2 сотрудниками, от 30-40 м² для офиса с зоной ожидания и несколькими рабочими местами.
- **Вход и витрина:** наличие отдельного входа с улицы или с торгового центра, хорошо просматриваемая витрина (для размещения рекламы, вывески).
- **Расположение:** в проходном месте с высоким пешеходным трафиком (близость к метро, остановкам, торговым центрам, деловым кварталам).
- **Парковка:** наличие парковки поблизости - важный плюс для клиентов, приезжающих на автомобилях.

2. ОСОБЕННОСТИ ДЛЯ ТУРАГЕНТСТВА

- **Зона ожидания:** обязательна - клиенты часто приходят семьями или

группами, им нужно комфортно расположиться до и после консультации.

- **Место для демонстрации каталогов:** стенды с буклетами, каталогами туроператоров, картами.
- **Технические требования:** наличие интернета (высокоскоростного), стабильной телефонной связи, розеток для ноутбуков и оргтехники.
- **Атмосфера доверия:** интерьер должен вызывать ощущение надежности, уюта и профессионализма. Используйте спокойные тона, качественную мебель.
- **Дополнительные удобства:** наличие кондиционера, чайной зоны для клиентов, возможность демонстрации презентаций на экране.

3. ВЫВЕСКА И НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

- **Вывеска:** обязательна, должна быть хорошо видна с улицы или из прохода ТЦ. Название агентства, логотип, номер телефона.
- **Информационный стенд:** разместите на входе актуальные предложения, горящие туры, спецпредложения - для привлечения прохожих.
- **Разрешения:** согласуйте вывеску с арендодателем и администрацией города (при необходимости).

4. АРЕНДА VS СОБСТВЕННОСТЬ

Параметр	Аренда	Собственность
Стартовые затраты	Низкие (залог + 1-2 месяца)	Высокие (полная стоимость или ипотека)
Гибкость	Высокая (можно сменить локацию при неудаче)	Низкая (привязанность к объекту)
Стабильность	Зависит от арендодателя (возможен переезд)	Полный контроль над объектом
Рекомендация	✅ Оптимальный вариант на старте	❌ Только при уверенности в успехе и наличии средств

 **Совет:** Начинайте с аренды - это дает гибкость и снижает финансовые риски. Заключайте договор на 6-12 месяцев с возможностью пролонгации.

5. ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ ВЫБОРА ПОМЕЩЕНИЯ

- ☒ Нежилое помещение с отдельным входом
- ☒ Площадь $\geq 15 \text{ м}^2$ (для 1-2 сотрудников)
- ☒ Высокий пешеходный трафик вблизи
- ☒ Парковка поблизости (для клиентов)
- ☒ Наличие вывески и витрины
- ☒ Наличие интернета и телефонной линии
- ☒ Соответствие пожарным и санитарным нормам
- ☒ Удобный график работы (для арендодателя)
- ☒ Отсутствие жалоб со стороны арендодателя
- ☒ Понятные условия аренды (коммунальные платежи, индексация)

 **Важно:** Перед подписанием договора аренды проверьте помещение на соответствие противопожарным нормам, наличие электричества, воды, отопления и кондиционирования.

Разработал:

_____ / _____

(подпись, ФИО)

"__" _____ 20__ г.