


# **Турагентство: «Plaisir»**





# Наш девиз:

A vibrant collage of world landmarks including the Colosseum, Leaning Tower of Pisa, Eiffel Tower, Statue of Liberty, and others, set against a blue sky with clouds and a seagull.

**ЖИЗНЬ – ЭТО ПУТЕШЕСТВИЕ,  
ПУТЕШЕСТВИЯ – ЭТО ЖИЗНЬ!**

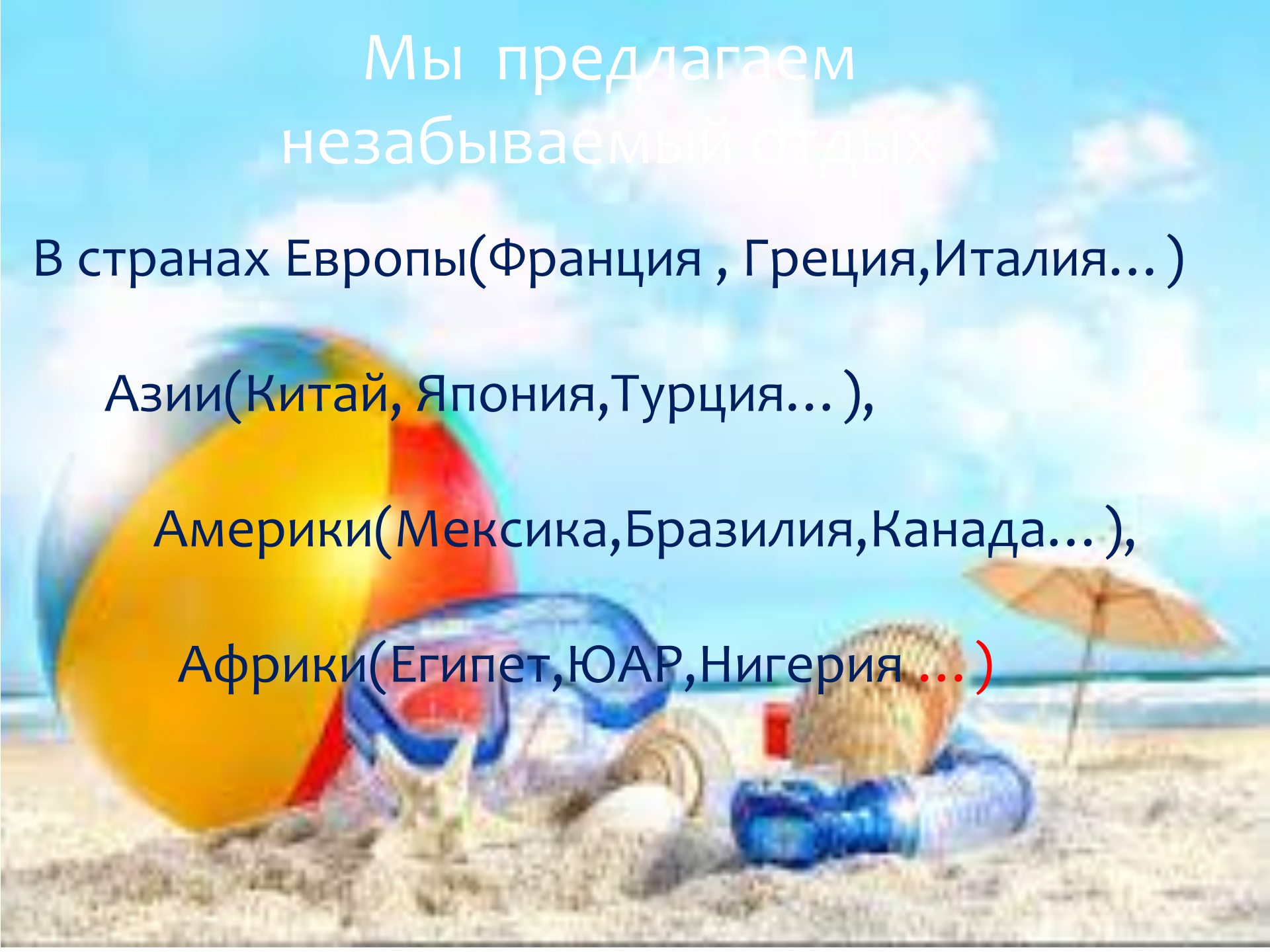
# Мы предлагаем незабываемый отдых

В странах Европы(Франция , Греция,Италия... )

Азии(Китай, Япония,Турция... ),

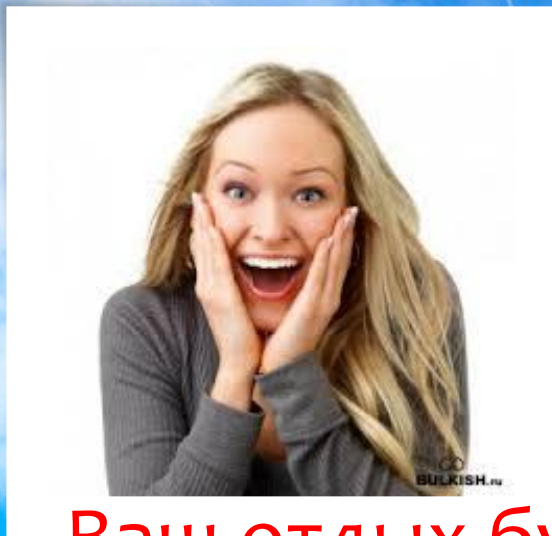
Америки(Мексика,Бразилия,Канада... ),

Африки(Египет,ЮАР,Нигерия ... )

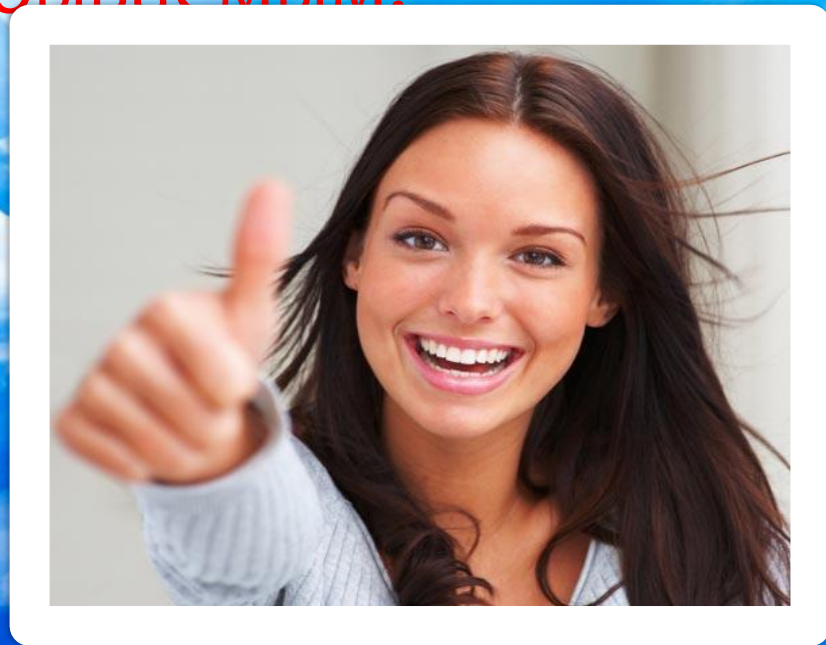




Вы получите море удовольствия  
и восхищения!



Ваш отдых будет незабываемым!



# Но как воплотить это в жизнь?



ФИНАНСОВЫЙ ГЕНИЙ

Все гениальное просто!

<http://Pageaiy.com>

# Для этого нужен «Бизнес план»:

1) Концепция туристического агентства

2) Организационный план



3) Конкурентная среда

4) Производственный план

5) План маркетинга и рекламы



6) Юридические аспекты открытия туристической компании

7) Финансовый план

8) Заключение



# Business Plan



## 1. Концепция туристического агентства

*Вид деятельности:*

- турагентство;

2) *Дополнительные услуги:*

- продажа авиа и ж/д билетов;
- услуги трансфера, заказ лимузинов;
- оформление виз;
- страхование;
- подготовка документов для оформления загранпаспортов;
- услуги индивидуального гида, сопровождающего;
- услуги переводчика;
- продажа путеводителей;
- продажа сопутствующих товаров для путешествий;
- реализация подарочных сертификатов;
- бронирование и заказ столиков в ресторанах, билетов на мероприятия;
- прокат туристического оборудования;
- аренда автомобилей.

3) *Приоритетные туристические направления:*

- по типу туристического направления;
- по стоимости туров;
- по странам;
- по виду туризма



## 2) Организационный план

\*

1) Местоположение офиса турфирмы:

- центр;

2) Статус офиса:

- аренда;
- собственное помещение;

3) Тип офиса:

- витринный офис на первой линии;
- в бизнес-центре;
- в административном офисном здании;
- в торговом центре

\*

3) Размер офиса:

- два рабочих места, три пять рабочих мест;
- однокомнатный, двухкомнатный, трехкомнатный, более трех комнат;
- свободной планировки (количество метров).

4) Мебель для офиса (калькуляция стоимости): столы с приемными местами, кресла для сотрудников, стулья

для посетителей, тумбочки с ключами, стеллаж для каталогов, шкаф для одежды, вешалки, вешалка-стойка,

доска для информации и специальных предложений, диван для посетителей, журнальный столик, сейф, жалюзи, зеркало, посуда (для сотрудников, для приема посетителей), рамки для фотографий и разрешительных документов, растения.

5) Оборудование для офиса (калькуляция стоимости): компьютеры, телефоны, факс, принтеры (2 шт. минимум), сканер, ксерокс, телевизор, CD и DVD-плеер для демонстрации фильмов о странах и курортах, кондиционер, кулер с водой, аптечка, часы, канцелярские принадлежности, настенная карта мира или глобус.

6) Дизайн-проект офиса:

- зонирование пространства;
- дизайн помещения согласно концепции туристической компании;
- план помещения.

## 3) Конкурентная среда

1) Конкуренты на выбранных туристических направлениях.

2) Конкуренты в радиусе:

- здания;
- района;
- города;
- страны (если необходимо).

3) Преимущественные конкурентные качества будущей турфирмы.



## 4) Производный план

### 1) Персонал:

- штатное расписание;
- политика формирования заработной платы;
- обучение персонала.

### 2) Технология продаж туров:

- поиск и бронирование туров;
- схема взаимодействия с партнерами;
- оформление оплаты туров;
- документооборот;
- доставка и выдача документов.

### 3) Ассортимент услуг туристического агентства:

- по сезонам;
- по направлениям;
- по странам;
- по цене;
- по целевой аудитории.

## 5) План маркетинга и рекламы

- 1) Ценовая политика турагентства.
- 2) Название турфирмы, рекламная история создания (легенда).
- 3) Особенности продаваемых туров.
- 4) Разработка фирменного стиля:
  - подрядчик;
  - перечень необходимых позиций;
  - стоимость и сроки выполнения работ.
- 5) Создание интернет-сайта:
  - концепция и функции сайта;
  - подрядчик;
  - стоимость и сроки выполнения работ.
- 6) Оформление офиса для продаж.
- 7) Наружная реклама:
  - вывеска;
  - штендер;
  - указатели;
  - табличка с режимом работы и реквизитами компании.
- 8) Полиграфическая продукция (описание, тираж, подрядчик, сроки изготовления, стоимость):
  - буклет;
  - визитные карточки;
  - фирменные бланки.
- 9) Презентация при открытии.
- 10) Рекламный план:
  - размер бюджета на 3 мес., 6 мес., 12 мес.;
  - рекламные средства.
- 11) Структура и правила ведения клиентской базы.



## 6) Юридические аспекты компании

- 1) Правовая форма юридического лица.
- 2) Система налогообложения.
- 3) Оформление договора аренды.
- 4) Необходимые разрешительные документы в зависимости от вида туристической деятельности.
- 5) Регистрация товарного знака.
- 6) Покупка и оформление контрольно-кассовой техники (при необходимости).
- 7) Заказ бланков строгой отчетности «Туристская путевка».
- 8) Ведение бухгалтерского учета (самостоятельно, с привлечением бухгалтера, консалтинговая компания).
- 9) Юридическое сопровождение деятельности.

# 7) Финансовый план

## **7. Финансовый план**

- 1) Источники средств.
- 2) Размер и срок капиталовложений.
- 3) План первоначальных расходов.
- 4) План постоянных расходов.
- 5) План доходов.
- 6) План окупаемости.



# Примерные расходы на создание туристического агентства в г. Москве:

1. Регистрация юридического лица и оформление необходимых разрешительных документов для тур агентской деятельности: 20 000–25 000
2. Мебель и подготовка офиса к продажам: 50 000–100 000
3. Оргтехника и средства связи 100 000–150 000
4. Разработка фирменного стиля 15 000–25 000
5. Разработка и регистрация сайта 20 000–45 000
6. Регистрация товарного знака 30 000–50 000
7. Обучение сотрудников 5000–30 000
8. Дополнительные возможные расходы
9. Покупка готового туристического бизнеса, оплата юридических услуг по сопровождению сделки  
Оплата услуг по подбору помещения  
Оплата услуг по подбору персонала  
Оплата услуг по подключению  
Интернета и дополнительных телефонных линий  
Оплата услуг консалтинговой компании
10. Стоимость туров даже в одной категории отелей разная, и выбор туристов не всегда падает на 3\* уровень размещения. Поэтому, чтобы сделать план доходов, необходимо проанализировать цены сезона на выбранные направления с данными 3\*, 4\*, 5\* отелей и сопоставить с ожидаемой суммой доходов

# Примерный план ежемесячных расходов туристической компании в г. Москве (руб.)

1. Примерный план ежемесячных расходов туристической компании в г. Москве (руб.)

## 2. Офис и инфраструктура

3. Аренда помещения 25 м<sup>2</sup> - 50 000

4. Услуги связи 3000

5. Интернет 5000

6. Вода (кулер) 500

7. Канцелярские товары 2500

8. Прочие административные расходы 6000

## 9. Заработная плата персонала

Директор 35 000 + %

Менеджер 19 000 + %

Менеджер 16 000 + %

Секретарь-менеджер 12 000 + %

Курьер 16 000

Бухгалтер (аутсорсинг) 10 000

Уборщица 3000

## 10. Рекламный бюджет

11. Полиграфия 5000

12. Реклама в Интернете 15 000

13. Реклама в прессе 15 000

14. Другие СМИ 10 000

## 15. Плановые ежеквартальные расходы

16. Юридическое абонентское обслуживание 7000 руб. мес.

Оплата системы онлайн-бронирования и поиска туров 1200 руб./мес.

Заправка картриджей 400 руб./мес.

17. Непредвиденные расходы 10 000 руб.

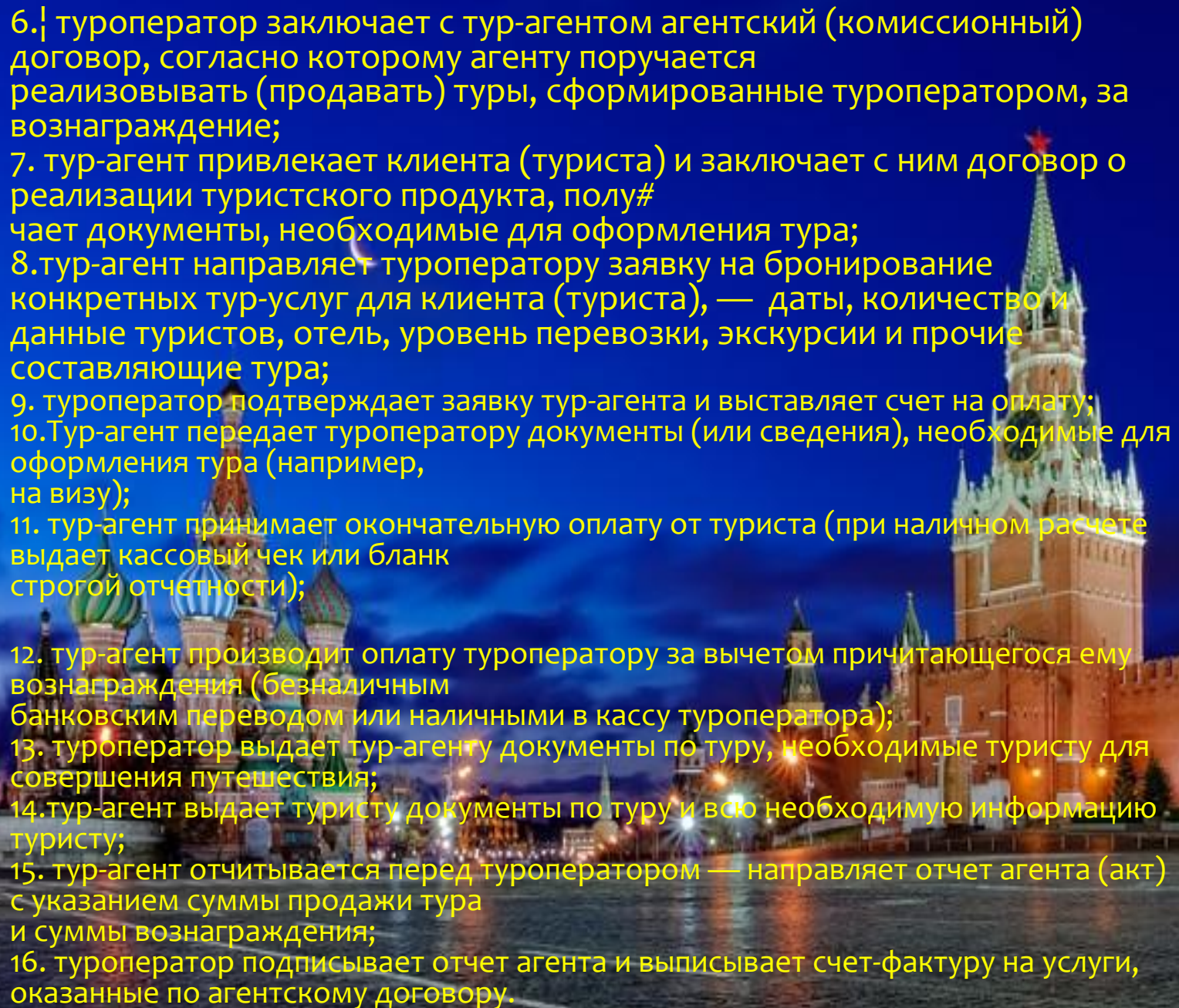
18. Итого 241 500 руб. + процент к з/п



# Выбор статуса тур-компании. Туроператор или турагентства

- \* 1. После отмены лицензирования туроператорской и турагентской деятельности в 2007 г. обязательный государственный порядок установлен только для туроператорской деятельности. Турагентской деятельностью может заниматься любое юридическое лицо или индивидуальный предприниматель. Единственное, что определяет статус тур-агента на сегодняшний день, — это наличие договора с туроператором, согласно которому тур-агент по поручению и за счет туроператора реализует турпродукт, сформированный туроператором. При этом тур-агент обязан соблюдать целый ряд требований, установленных законом, о которых мы расскажем ниже.
  - \* Но в первую очередь необходимо выяснить, почему так важно понимать отличие турагентской деятельности от тур операторской и вовремя совершать необходимые юридические действия. Дело в том, что закон устанавливает обязательное требование — все туроператоры, зарегистрированные на территории Российской Федерации, обязаны иметь финансовое обеспечение. Финансовое обеспечение — это гарантия туроператора на случай неисполнения или ненадлежащего исполнения договора о реализации тур продукта, страхование его гражданской ответственности перед потребителями туристами.
2. Из средств финансового обеспечения пострадавшим туристам возмещается реальный ущерб, который они по несли, например стоимость тура, если он не состоялся, или разница в стоимости, если сократилось время отдыха. Финансовое обеспечение предоставляет страховая компания или банк-гарант. Закон устанавливает минимальную сумму, на которую должен быть заключен договор страхования или договор банковской гарантии; на сегодняшний день это 10 000 000 руб. для международного туризма (въезд выезд) и 500 000 руб. для внутреннего туризма.
3. Затраты на обслуживание финансового обеспечения в среднем составляют 1–1,5% в год от размера обеспечения.
4. Например, от минимального размера финансового обеспечения для международного туризма в 10 000 000 руб. стоимость страхового вознаграждения составит 100 000–150 000 руб. Именно эту сумму необходимо будет ежегодно платить страховой компании за договор страхования гражданской ответственности туроператора.
5. Договорная схема работы тур-агента при реализации туров выглядит примерно следующим образом:



- 
6. туроператор заключает с тур-агентом агентский (комиссионный) договор, согласно которому агенту поручается реализовывать (продавать) туры, сформированные туроператором, за вознаграждение;
  7. тур-агент привлекает клиента (туриста) и заключает с ним договор о реализации туристского продукта, получает документы, необходимые для оформления тура;
  8. тур-агент направляет туроператору заявку на бронирование конкретных тур-услуг для клиента (туриста), — даты, количество и данные туристов, отель, уровень перевозки, экскурсии и прочие составляющие тура;
  9. туроператор подтверждает заявку тур-агента и выставляет счет на оплату;
  10. Тур-агент передает туроператору документы (или сведения), необходимые для оформления тура (например, на визу);
  11. тур-агент принимает окончательную оплату от туриста (при наличном расчете выдает кассовый чек или бланк строгой отчетности);
  12. тур-агент производит оплату туроператору за вычетом причитающегося ему вознаграждения (безналичным банковским переводом или наличными в кассу туроператора);
  13. туроператор выдает тур-агенту документы по туру, необходимые туристу для совершения путешествия;
  14. тур-агент выдает туристу документы по туру и всю необходимую информацию туристу;
  15. тур-агент отчитывается перед туроператором — направляет отчет агента (акт) с указанием суммы продажи тура и суммы вознаграждения;
  16. туроператор подписывает отчет агента и выписывает счет-фактуру на услуги, оказанные по агентскому договору.

# Штат туристической компании

Оптимальный штат небольшой туристической компании выглядит примерно так:

- | руководитель;
- | менеджер1;
- | менеджер2;
- | секретарь с расширенным кругом обязанностей;
- | курьер;
- | бухгалтеркассир;
- | уборщица.



# Варианты расчета заработной платы менеджера по туризму

Тур считается проданным при 100%ной его оплате.

1.Беспроцентная система: оклад 22 000–30 000 руб.

\* 2. Оклад + проценты:

- Оклад 10 000–15 000 руб. + 10% от проданных менеджером туров.
- Оклад 15 000 + 10% после реализации туров более чем на 150 000 руб.
- Оклад 15 000 + 10% от выручки с проданных туров, разделенных между всеми менеджерами.
- Оклад 18 000–20 000 руб. + 5% от проданных менеджером туров.
- Оклад 18 000–20 000 руб. + 10% от всех проданных туров, разделенных между всеми менеджерами.

3. Плановая система: фиксированная заработная плата выплачивается при выполнении плана; например, от 50 000 руб. (имеется в виду доход компании, а не общая стоимость туров). При перевыполнении плана свыше 50 000 руб. + 10%, более 100 000 руб. + 15%, более 250 000 + 20%.

4.В период низкого сезона (январь, февраль, май, июнь) план составляет 50%. При этом выплачивается прежняя фиксированная заработная плата.

5.При невыполнении плана, за исключением низкого сезона, работает система штрафов:

6. первый месяц — без штрафов, требуется анализ причин, связанных с уменьшением объема продаж;

7.второй месяц и далее: 40 000–49 000 руб. – 10% удерживается от фиксированной оплаты (30 000–39 000 руб. – 20%; 20 000–29 000 руб. – 30%).

8.Первые месяцы после открытия офиса туристического агентства плановая система расчета заработной платы, как правило, не применяется.

## Варианты расчета заработной платы курьера туристической компании

1. Оклад 12 000–15 000 руб., оплата проездного билета, мобильного телефона, режим работы: понедельник—пятница.

2.Оклад 15 000–20 000 руб., оплата проездного билета, мобильного телефона, режим работы: понедельник—суббота.

Во время высокого сезона и увеличения объема продаж курьерам принято давать премию 20–30% от оклада. Курьер — важный сотрудник туристического агентства, поэтому лучше вовремя доплатить, выписать премиальные и работать спокойно.

На рынке можно встретить предложения от курьерских компаний, которые доставляют документы в любую точку

города, они заключают официальный договор, несут полную финансовую ответственность за денежные средства и документы в [посылке](#).



# Варианты расчета заработной платы директора туристической компании

## \* Варианты расчета заработной платы директора туристической компании

\*

1. Оклад 20 000–40 000 руб.
2. Оклад 18 000–20 000 руб. + 1–5% от месячного дохода агентства после вычета расходов.
3. 12 000–15 000 руб. + 5–10% от месячного дохода после вычета расходов.

СПАСИБО  
ЗА  
ВНИМАНИЕ





**VPAA**