

О перспективах и о рентабельности туристического бизнеса говорить не приходится. Ведь даже в условиях глубокого финансового кризиса найдутся те, кто захочет повидать мир. А поскольку путешествовать автостопами среди наших сограждан не очень принято, то за комфортным отдыхом люди обратятся в турфирму.

Среди несомненных преимуществ работы именно в этой сфере:

- быстрая окупаемость проекта;
- сравнительно небольшой стартовый капитал;
- возможность быстрого повышения рентабельности;
- стабильное законодательство, что регулирует деятельность туристических компаний и операторов.

Потому желание оказывать услуги отдыхающим вполне нормальное для грамотного и для благоразумного бизнесмена. Для того чтобы реализовать этот проект, понадобится юридическое лицо. И тут есть варианты. Ведь фирму можно создать своими силами, доверить организацию профессиональным менеджерам или приобрести действующую.

Первый вариант в условиях сегодняшних экономических и бюрократических реалий не очень выгодный. Ведь бегать по инстанциям для сбора документов понадобится минимум три месяца. А начать получать стабильную прибыль и возвращать вложенные 5-15 тысяч долларов США получится минимум через год.

Аналогично, если над созданием компании будут работать профессионалы. Только их работа обойдется плюс 30-50% от суммы вложенных инвестиций.

Приобрести готовый работающий проект всегда проще. Тем более что [продажа турфирмы в москве](#)

— дело обыденное. Предложений немало, но и спрос также огромный. Хотя всегда есть возможность торга в вопросах цены.

Главное преимущество действующего туристического бизнеса — нематериальные активы. Под этим бухгалтерским понятием скрывается раскрученное имя, многолетний опыт успешных рекламных кампаний и наработанная клиентская база. Ведь заказчикам туристических услуг по большому счету неважно, кто хозяин турфирмы. Их интересует качество предоставляемых услуг и ценовая политика.

Для туристической компании также нужно найти офис, обзавестись оргтехникой, подобрать персонал, пройти множество бюрократических процедур и наладить контакты с туроператорами. Редко когда это все достается от предыдущего хозяина. Нельзя забывать про бизнес-план и концепцию. Ведь конкуренция в этой сфере велика и компания без ориентировки на целевую аудиторию обречена на провал.

В любом случае нужно быть готовым, что в бизнесе не бывает легких решений. И только целеустремленная и ответственная работа способна приносить прибыль.