



И. В. ЛЕБЕДЕВА, С. Л. КОПЫЛОВА

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ.

Пособие для начинающих предпринимателей



УДК 338.48
ББК 65.433.5
Л 33

Л 33 И. В. Лебедева, С. Л. Копылова. Сельский туризм. Пособие для начинающих предпринимателей. — Петропавловск-Камчатский : Камчатпресс, 2017. — 136 с.

ISBN 978-5-9610-0288-1

УДК 338.48
ББК 65.433.5

Сельский туризм — достаточно новое, активно развивающееся явление в жизни российской глубинки. Все больше городских жителей хотят и готовы променять отпуск в Турции или Египте на изучение красот родной страны, знакомство с сельской местностью и ее гостеприимными и хлебосольными жителями. Все больше сельских активистов задумываются о приеме туристов как о дополнительном источнике дохода и возможности изменить и разнообразить свою жизнь. Как это сделать? С чего начать? Чем именно удивить гостей? Как привлечь их в деревни, особенно на удаленные территории? Как просчитать экономику и грамотно оформить юридические документы? Данное пособие отвечает на эти вопросы.

Издание содержит практические примеры из успешного опыта разных регионов России, где уже занимаются сельским туризмом, методические рекомендации, шаблоны документов и алгоритмы действий в основных ситуациях, с которыми сталкиваются начинающие сельские предприниматели.

Пособие будет полезно сельским жителям, которые задумываются об открытии своего дела в сфере сельского туризма.

Дизайн, верстка: Надежда Скидан
Корректор: Мария Гаврик
Рисунок на обложке: София Алби

Авторы фотографий:

Фото взято из интернета (страницы 5, 9), фото с сайта <http://www.cortedaibo.it/en/index.html> (страница 10), фото взято из интернета (страница 11), С. Белова (страница 12), фото взято из интернета (страницы 13, 17, 27, 28), В. Мосейкина (страница 29), фото взято из интернета (страница 30), фото с сайта <https://eda.ru> (страница 31), фото взято из интернета (страницы 32, 38, 39, 40, 41, 41), фото из группы в FB (страница 45), фото взято из интернета (страница 46), фото с сайта <http://www.cocco-bello.com> (страница 47), фото взято из интернета (страницы 47, 48, 48, 52, 53, 54), фото с сайта музея «Коломенская пастила» (страница 54), фото Кенозерского национального парка (страница 55), фото взято из интернета (страница 56), фото Д. Бастета (страницы 58, 60), фото с сайта <https://www.asi.org.ru> (страница 61), фото А. Горяйнова (страница 62), фото с сайта <http://old.kamgov.ru> (страница 62), фото с сайта (страница 68), фото с сайта <http://lion-house.livejournal.com> (страница 70), фото с сайта (страницы 77, 83, 89), фото с сайта <http://www.nbcrs.org> (страница 91), фото с сайта <http://pravdasevera.ru> (страница 108), фото с сайта <http://bronski.ru> (страница 109), фото с сайта <http://cultmosaic.ru> (страница 115),

ISBN 978-5-9610-0288-1

© И. В. Лебедева,
С. Л. Копылова, 2017

Введение

Еще в недавнем прошлом путешествие на Камчатку для многих жителей России и зарубежья оставалось лишь мечтой. Отсутствие доступной информации о возможностях самостоятельного перемещения по полуострову, существующих маршрутах, местных гидах и деятельности туристических компаний — вся эта «неизвестность» в сочетании с недешевым перелетом оставляла посещение Камчатки в листе ожидания многих путешественников.

Но время неизбежно несет перемены. С каждым годом туристов становится все больше. Возвращаясь к себе домой, они делятся впечатлениями с друзьями и родственниками, фотографы — любители и профессионалы устраивают широкие презентации работ, сделанных на Камчатке, и все больше путешественников заражаются идеей побывать в Камчатском крае, увидеть его своими глазами.

Среди наиболее узнаваемых природных объектов Камчатки, безусловно, Долина гейзеров и Курильское озеро с его потрясающими воображение пейзажами и, конечно, медведями, лососем, белоплечими орланами, Ильинским вулканом и окрестностями. Ежегодно более 2,5 тысячи человек посещают познавательные маршруты Южно-Камчатского заказника. Несмотря на то, что боль-

шинство посетителей все еще являются клиентами туристических компаний и следуют по маршруту с заранее оговоренным набором услуг, постепенно увеличивается количество и другого рода туристов. К таковым относятся те, кто предпочитает большую свободу выбора в своем путешествии, кто хочет почувствовать себя частью той местности, в которой он находится, познакомиться не только с природными объектами имеющихся маршрутов, но и с бытом, традициями местности.

Хранителями истории и культуры всегда были и остаются местные жители. Именно поэтому с каждым годом в мире и в России набирает популярность такой вид путешествий как сельский туризм. Для путешественников это способ разнообразить свою поездку, увезти с собой множество воспоминаний, «пополнить багаж» жизненного опыта и навыков. Чего уж говорить о сувенирах, изготовленных местными жителями, которые всегда хранят в себе человеческое тепло и несут самые лучшие воспоминания о посещенных местах! Для поселков и их жителей сельский туризм — это возможность разнообразить источники дохода, создать альтернативные рабочие места (в т. ч. для молодежи и пенсионеров) и что немаловажно — открыть

и развить в себе творческий потенциал. Преимущество предпринимательства в сельском туризме в том, что каждый может начать с совсем малых, простых шагов, которые при желании и терпении способны перерасти в большое дело и свой бизнес.

Для юга Камчатки сельский туризм — новая страница истории. Удаленность территории все реже становится помехой, и с каждым годом все больше людей приезжают в этот удивительный край, посещая при этом не только знаменитый Южно-Камчатский заказник. Растет интерес и к сопредельным территориям. Многие, что кажется таким привычным для камчадалов, остается для путешественников необычным и впечатляющим: любопытно оказаться на берегу Охотского моря и увидеть так близко нерпу, узнать о жизни рыбацких поселков и предприятиях, поставляющих лучшую продукцию по всей стране, окунуться в горячие воды Паужетки и посмотреть на первую в стране геотер-

мальную станцию, увидеть своими глазами ход лосося и попробовать свежую камчатскую икру.

Опыт и практика сельских жителей разных уголков России показывает, что создание разнообразных предложений для сферы туризма ограничивается только энтузиазмом и фантазией начинающих предпринимателей, а не инфраструктурой или начальным капиталом. Залог успеха — инициатива, выдумка и любовь к своей земле и своему делу. Немаловажным является также знание основ предпринимательства, тонкостей сельского туризма, принципов его организации. Мы надеемся, что данное пособие станет хорошим подспорьем для начинающих предпринимателей в поселках и положит начало не одной истории успеха на юге Камчатки.

*Варвара Андреевна Сажина,
доцент МГУ им. М. В. Ломоносова, к. с. н.,
один из авторов проекта
«Школа туризма на юге Камчатки»*

Глава 1. Что такое «сельский туризм»?



Немецкие туристы в Южно-Камчатском заказнике

Если вы задумали посвятить свою жизнь сельскому туризму, сначала вам необходимо разобраться, что входит в это понятие, какими видами деятельности вы сможете заняться и действительно ли вам это близко и интересно.

В России термин «сельский туризм» используется совсем недавно, всего несколько лет. До сих пор существует некая путаница с определением этого явления: к примеру, в разных регионах определения несколько отличаются.

На федеральном уровне в 2015 году принят ГОСТ Р 56641-2015 «Услуги малых средств размеще-

ния. Сельские гостевые дома. Общие требования», в котором дано такое определение «сельского туризма»:

Сельский туризм — деятельность по организации отдыха в сельской местности или в малых городах (при отсутствии промышленных зон и застройки) с предоставлением услуг гостеприимства в частном секторе с возможностью трудового участия, ориентированная на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов, традиционных для данной местности.

Если вы принимаете гостей в своем доме, показываете им природные или культурно-исторические достопримечательности, знакомите с традициями, фольклором, обычаями вашей местности, даете возможность поучаствовать в сельском быте и при желании помочь вам по хозяйству — это все и есть сельский туризм.

Как не запутаться в терминологии?

Если вы начнете читать литературу по теме, вы быстро столкнетесь с тем, что разные авторы используют множество разных терминов: туризм экологический, культурный, этнографический, гастрономический, аграрный, событийный и др. Конечно, у каждого из них есть свои особенности — то, ради чего гости приезжают в первую очередь.

Экологический туризм, в т. ч. на особо охраняемых природных территориях (таких как Кроноцкий заповедник, Южно-Камчатский заказник) выбирают любители дикой природы, которые приезжают насладиться ей, пофотографировать, понаблюдать за животными в естественной среде. Они обязательно делают все, чтобы не навредить этой природе.

Гастрономические туристы едут за новыми вкусовыми ощущениями: попробовать и научиться самим готовить уникальные местные блюда и напитки.

Кто-то пускается в путешествие ради конкретного фестиваля или праздника (событийный туризм), а другой — чтобы познакомиться с бытом коренных народов, узнать об их культуре и обычаях (этнографический туризм).

На наш взгляд, все эти и ряд других видов туризма входят в более широкое понятие — «сельский туризм». Вы можете выбрать, какое направление ближе лично вам, с него и начинать. Важно

Сельский туризм

Сельские гостевые дома

Экологический туризм, в т. ч. в заповедниках, заказниках

Активный и приключенческий туризм

Научный и образовательный туризм

Культурно-этнографические экспедиции

Гастрономический туризм

События, фестивали, праздники, лагеря

Аграрный туризм (посещение фермерских хозяйств)

только, чтобы соблюдались ключевые принципы сельского туризма, которые перечислены ниже.

Ключевые принципы сельского туризма

Сельское гостеприимство

В отличие от гостиниц в сельском туризме гости едут не в какое-то здание с определенным набором удобств, а к конкретному человеку. Атмосфера сельского гостевого дома всегда очень личностная, уютная: важно, чтобы гости чувствовали себя как в гостях у бабушки или у хороших друзей. Если вам удастся этого добиться, считайте, полдела сделано — гости вернутся к вам еще раз и будут рекомендовать вас друзьям и знакомым. Рассказывая о своем путешествии, они будут показывать фотографии вашей семьи, рассказывать о том, как они общались с вами, чем вы живете. Они будут вспоминать, писать или звонить, подружатся с вами в социальных сетях. Если же туристы не почувствуют вашу открытость и искренность, вы рискуете потерять их навсегда.

Традиционная и домашняя кухня

Без вкусной еды в сельском туризме не обойтись. Сегодня туристы, побывавшие в разных странах и регионах, становятся все более требовательными к питанию. Не в том смысле, что необходимы ресторанные блюда и стандарты, а в том, что пища должна быть натуральной, приготовленной по возможности из местных продуктов и с любовью. Гости с удовольствием попробуют ваше семейное «фирменное» блюдо, рецепт которого передала вам бабушка, овощи с вашего огорода, рыбу, которую вы поймали сегодня утром.

Новые знания и навыки

Современному туристу, как правило, неинтересно просто поехать, переночевать и сходить в баню. Люди путешествуют для того, чтобы увидеть и узнать что-то новое, показать детям, как живут в других регионах, в сельской местности, научиться чему-то. Территории конкурируют между собой, предлагая гостям необычный опыт и яркие впечатления. Если вы сразу задумаетесь над тем, чему вы можете научить городских гостей, на какие экскурсии их сводите, какие мастер-классы предложите, ваше предложение станет намного привлекательнее. Наличие продуманной программы для гостей — вот что отличает сельский туризм от простого отдыха в сельской местности.

Собственное подсобное хозяйство или производство

Важная составляющая сельского подворья — хозяйство. Сельский туризм — это чаще всего дополнительный вид деятельности для семьи, не единственный (и часто не основной) источник дохода. Неважно, чем именно занимается ваша семья: сельским хозяйством, рыболовством или каким-то

иным промыслом, производством какой-либо продукции — ваш образ жизни, как правило, сильно отличается от образа жизни горожан, которые приезжают к вам в гости. Для них то, в чем вы профессионал, — сфера новая, неизвестная, а поэтому очень любопытная. Если гости проявляют интерес к тому, чем вы живете, постарайтесь рассказать и показать им, что вы умеете. Кто-то захочет поучаствовать, помочь — предоставьте им такую возможность, разумеется, не забывая о технике безопасности и технологическом процессе. Для туриста ваша ежедневная рутина может стать самым ярким впечатлением от всей поездки.

Аутентичный внешний и внутренний облик объекта

«Классический» сельский туризм максимально ориентирован на сохранение традиционной культуры. Если сохранились старинные сельские дома и постройки, свойственные данному региону (деревянные, саманные, глиняные и пр.), крайне рекомендуется не разрушать их, а реставрировать (с сохранением традиционных материалов, интерьеров, внешнего вида) и использовать для работы с туристами. Не нужно «украшать» старый дом пластиком и сайдингом, ставить забор из яркого профнастила. Если же старинные постройки не сохранились, работайте с тем, что есть, но постарайтесь оформить их внутри и снаружи в соответствии с традициями вашего поселения, народа, вашей семьи. Если есть возможность проконсультироваться с дизайнером, занимающимся данной темой, используйте ее.

Что может являться объектом сельского туризма?

- Сельский гостевой дом.
- Иное средство размещения в сельской местности: турбаза, база отдыха, кемпинг, гостиница.

- Точка домашнего питания.
- Кафе или ресторан в сельской местности.
- Музей (включая домашнюю коллекцию), культурно-досуговый центр, дом или центр ремесел, ремесленная мастерская.
- Ферма, садовое, рыбное хозяйство и пр.
- Объект показа: фольклорная, гастрономическая и иная развлекательная программа сельской тематики, мастер-класс, авторская экскурсия по природным и культурным достопримечательностям.
- Иные объекты, удовлетворяющие вышеперечисленным ключевым принципам сельского туризма.

По факту перечень объектов сельского туризма практически неограничен — все, что может быть интересно гостям, можно и нужно использовать. Очень важно только одно условие — чтобы объект удовлетворял ключевым принципам сельского туризма, как минимум двум из пяти.

ВАЖНО! Одна из главных задач сельского туризма — содействовать сохранению деревни, природного и культурного наследия сельской местности. Правильные сельские туристы не вредят природе, не оставляют после себя горы мусора, не пишут «Здесь был Вася» на памятниках культуры, уважительно относятся к сельским жителям и их образу жизни. Этот критерий сложно «измерить», но важно держать его в голове и своим поведением, своими программами способствовать воспитанию даже тех туристов, которые начинают вести себя не совсем корректно.

Кто может заниматься сельским туризмом?

Законодательно этот момент никак не ограничен. Из практики сельским туризмом в России в настоящее время в той или иной степени занимаются:

- Физические лица — сельские жители (ЛПХ).
- Индивидуальные предприниматели.
- Крестьянско-фермерские хозяйства.
- Юридические лица — малый бизнес.
- Некоммерческие организации, формальные и неформальные объединения групп активных граждан, в т. ч. ТОС (территориальные общественные самоуправления).
- Учреждения культуры и образования, фольклорные и иные творческие коллективы.
- Туристско-экскурсионные организации: туроператоры, турагенты, ТИЦ (туристско-информационные центры).
- Тематические СМИ и информационные порталы.
- Иные.

Сельский туризм — широкая и комплексная сфера деятельности, доступная каждому, кому она интересна

ВАЖНО! Смысл сельского туризма в том, чтобы создать новые рабочие места, дополнительные возможности для получения дохода в сельской местности и тем самым сократить отток активного населения в города. Вот почему очень важно, чтобы объекты сельского туризма создавали сами жители, чтобы они участвовали в выполнении работ и оказании услуг на этих объектах, а значит, имели дополнительный заработок для себя и своей семьи.

Глава 2. Виды и направления в сельском туризме



Гостевой дом зимой

Сельский гостевой дом

От сельского туризма гости ожидают:

- Спокойствия и размеренной жизни, обстановки.
- Чистого воздуха, сельской тишины и натуральных продуктов.
- Возможности приобщиться к сельскохозяйственным работам в свое удовольствие.
- Домашней атмосферы и пищи, деревенской бани.
- Близости к природе, возможности больше времени проводить на свежем воздухе в лесу, на озере и др. (сбор грибов, ягод, рыбалка).
- Новых впечатлений, знакомства с местными традициями, расширения кругозора, возможности приобщения к другой культуре и обычаям, участия в местных праздниках и развлечениях, общения с сельскими жителями.
- Развлечений для детей и организованного досуга для взрослых.
- Смены обстановки, позволяющей снять стресс, накопившийся в городских условиях, получить психологическую разгрузку.
- Приемлемых цен.

Чего хотят туристы и как их принимать?

Основными интересами / ожиданиями туристов от «сельского туризма» можно назвать две составляющие, условно назовем их:

1. Размещение (быт).
2. Впечатления (досуг).

Начнем с размещения.

Гостиничный бизнес как составляющая туризма является одним из важных элементов сферы услуг. В этой главе речь пойдет об особенностях размещения туристов в гостевых домах, расположенных в сельской местности.

Что такое гостевой дом?

К сельским гостевым домам могут относиться: дома в деревне, агротуристские фермы, дома рыбака и охотника, заимки, бунгало и другие малые средства размещения. Сельский гостевой дом могут называть сельской усадьбой.

Хозяева гостевого дома предоставляют услуги кратковременного проживания, а также дополни-

тельные услуги по организации питания, досуга постояльцев, экскурсионной программы и т. д.

Проживание в таком доме может быть как самостоятельным, так и совместным с хозяевами.

Стоит сказать, что совместное проживание во многих случаях — дополнительный фактор, привлекающий туристов. Туристам интересно все! Как вы живете, как ведете хозяйство, что едите, как общаетесь, какими секретами выращивания обладаете, как у вас принято ухаживать за домашней скотиной. Часто туристы покупают продукты подсобного хозяйства, что расширяет спектр услуг гостевого дома. В отличие от гостиниц такие частные дома в периоды отсутствия туристов выполняют свою основную функцию — это просто ваш дом, дом вашей семьи. Никаких дополнительных затрат на содержание «простоя» вам не потребуется.

Впечатление о стране или регионе пребывания у туристов связаны не только с памятниками архитектуры или природы. Для тех, кто отправляется в сельскую местность, они непосредственно будут связаны с бытом и атмосферой.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Агротуризм по-итальянски



Одна из первых стран, где зародился сельский туризм, и признанный лидер в этой области — Италия. Здесь это называется «агротуризмом», это возможность пожить на совершенно обычной итальянской ферме, полностью погрузиться в ее жизнь и даже поучаствовать в сельскохозяйственных работах. Агротуризм является дополнительным доходом для хозяев ферм, которые большую часть своего времени заняты своей аграрной деятельностью.

Считается, что начало агротуризму в Италии положил некий иностранец, отправившийся пожить на итальянской ферме просто для разнообразия. Это было в послевоенный период, когда фермеры еле выживали, так что для его хозяев дополнительный доход оказался совсем нелишним. Рассказы туриста об отличном отдыхе, прекрасной натуральной пище и итальянском гостеприимстве быстро распространились, начали появляться новые желающие. Итальянцы, увидев в этом возможный бизнес, стали обустраивать свои дома и фермы,

чтобы создать приезжим все условия для качественного отдыха. К 70-м годам XX века стали появляться **агриколы** — действующие хозяйства, которые помимо производства вина, оливкового масла и другой продукции официально сдавали комнаты ту-

ристам. На агриколах, как правило, нет никакой особой программы по развлечению гостей: хозяева просто занимаются своими обычными делами, а туристы участвуют в этом как могут и насколько хотят. И этих впечатлений им более чем достаточно.

Сегодня агротуризм в Италии — это уже сформированный рынок. Ежегодно на фермы и усадьбы приезжает около двух миллионов человек, что дает немалую прибыль в бюджет страны.

Главное в обслуживании туриста — гостеприимство! Это дружелюбие, сердечность, искреннее желание хозяина сделать отдых гостя приятным, качественным и интересным. Поэтому далее мы будем называть туристов именно гостями, т. к. вы их пригласили к себе в дом, к себе в гости.

Чтобы гости остались довольны, хозяевам нужно приложить немало усилий, осваивая культуру быта, соблюдая интересы отдыхающих, поддерживая чистоту в доме и на приусадебной территории, создавая комфортные условия для проживания за приемлемую цену.

Каковы основные требования, предъявляемые к размещению в гостевых домах?

- Безопасность жизни и здоровья (в т. ч. чистота, свежесть воздуха, качество питьевой воды).
- Наличие определенного набора удобств.
- Добрые отношения с хозяевами.

В этом наборе основных требований ключевое значение имеют первый и последний аспект. У гостевого дома могут быть какие угодно недостатки, но если хозяева — уникальные, удивительные, добрые люди, то отсутствие иных удобств зачастую не имеет большого значения, к таким хозяевам всегда будут приезжать гости — за общением, за радушием, теплым душевным разговором. И, наоборот, бывает, что все прекрасно в доме, а гость не чувствует, что ему здесь рады, что он «ко двору». В такой дом ему не захочется вернуться вновь.

Таким образом, гостевой бизнес — очень «эмоциональный». Успешным он будет только в том случае, если вам самому интересны люди! Если вы

любите людей, общение, умеете и любите слушать, если вам интересны человеческие судьбы, значит, гостевой бизнес — это ваш бизнес. Значит, главная составляющая успеха у вас уже есть!

Занимайтесь тем бизнесом, который интересен и близок лично вам!

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Сельская усадьба «У Заеца», Калининградская область



На востоке Калининградской области уже много лет работает сельская усадьба «У Заеца» — один из «пионеров» отечественного сельского туризма. Усадьба находится в большом немецком доме, вокруг — лес, поля, редкие населенные пункты, недалеко есть небольшая речка. Там красиво и уютно, но это есть практи-

чески везде. Главное же, ради чего туристы приезжают на усадьбу вновь и вновь, рекомендуют ее своим друзьям — это хозяин, точнее, вся его семья. Как только новый гость паркуется у дома, хозяин Сергей выходит к нему навстречу буквально с распростертыми объятиями. Он искренне рад видеть человека, которого видит впервые в жизни. Он проводит его в дом, показывает усадьбу, угощает, знакомит со своей семьей и, если турист хочет, берет на обзорную экскурсию по окрестностям. Дополнительных денег за этот тур Сергей не берет — это, как напитки и всякие мелочи на

усадеб, входит в стоимость проживания. Стоимость эта у него дороже, чем во многих других гостевых домах, однако туристы, как правило, готовы за это платить. Они действительно чувствуют себя здесь как дома или в гостях у добрых друзей — а это дорогого стоит.

Уникальность

Чтобы ваш гостевой дом запомнился, он должен иметь какую-то «изюминку», особенность, иными словами — уникальность. Это может быть стиль, в котором оформлен ваш интерьер (особенный интерес вызывает тот стиль оформления, который традиционен для данной местности). «Изюминкой» может стать одно из ваших личных увлечений, например, вы что-то коллекционируете, или делаете мебель своими руками, или кто-то из ваших домашних рисует, поет

или играет на музыкальных инструментах (возможно, национальных). Или вы предлагаете блюда национальной кухни и мастер-классы по их приготовлению. Или вы держите в вашем хозяйстве коз и производите продукцию на основе козьего молока. Вариантов много, главное выбрать то, что действительно характеризует вас и вашу семью. Покажите вашу жизнь, ваши интересы и достоинства. Тогда это будет оценено вашими гостями. Всегда интересно наблюдать за тем, чем люди занимаются профессионально.

*Отличайтесь
от других!*

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Агротуризм по-белорусски



В Республике Беларусь, где сельский туризм начал развиваться раньше, чем в России, сегодня существуют уже тысячи совершенно разных гостевых домов. Несмотря на то, что поток туристов (в т. ч. огромная их доля из России) постоянно растет, гостевые дома испытывают конкуренцию друг с другом, т. к. все они представляют аналогичные услуги и примерно аналогичного качества. Решение этой проблемы придумали жители Воложинского района Минской области. Они собрались вместе и договорились придумать специализацию, «изюминку» каждому из своих гостевых домов, чтобы перестать быть похожими друг на друга. В результате сегодня в районе есть усадьба «Мир пчел», а есть, к примеру, «музыкальная» усадьба «Ганка».

Хозяева первой — семья потомственных пчеловодов. Пчелами занимались и родители, и деды нынешних хозяев. Сами они — учителя, умеют и любят работать с детьми, поэтому усадьба специализируется на проведении занимательных экскурсий для школьников на тему пчеловодства. Важно,

что и дизайн помещения гостевого дома выполнен в «пчелином» стиле: в саду гостей встречают фигуры пчел и макеты ульев; комнаты оформлены под «внутренности» улья; кормят на усадьбе блинами со своим медом и пр.

Соседняя усадьба «Ганка» принадлежит достаточно известному в Беларуси музыканту, который собирает коллекцию народных музыкальных инструментов. Здесь для гостей проводятся концерты с приглашением известных и народных музыкантов, музыкальные вечера, ставятся спектакли. Эту «изюминку» усадьбы прекрасно отражает и ее интерьер: на стенах повсюду висят старинные дудуки и балалайки из коллекции хозяина; все напоминает гостю о том, куда он попал.

А плюс от такого «разделения труда» между усадьбами в том, что гостя можно задержать в районе дольше, нежели удавалось раньше. Ведь его всегда можно отправить на какое-то мероприятие (музыкальный вечер или «пчелиная» экскурсия) к соседям без риска его потерять, т. к. продукт разных усадеб совершенно не похож друг на друга, соответственно, у каждой из них — своя аудитория.

ВАЖНО!

Немного о дизайне в сельском туризме.

Вопрос оформления сельского гостевого дома — в числе первых из тех, что вам придется решить. Крайне важно понимать, что туристы едут к вам за сельским колоритом и атмосферой, а не за городским «евроремонтом». Вы никогда не удивите горожан, если будете стремиться к тому, чтобы сделать все, как в хорошей городской



квартире — у них дома это уже есть. Да и едут они к вам не затем, чтобы снова смотреть на пластиковые рамы, сайдинг, современные обои и заборы из яркого металлопрофиля. Старайтесь избегать всего этого, а лучше воссоздайте атмосферу старинного села или добавьте в дом какой-то своей авторской идентичности, создайте свой стиль. Применяйте по возможности натуральные материалы, типичные для вашей местности. Избегайте ярких кричащих цветов — живя на природе, используйте цвета природы. Мебель, сделанная своими руками, скатерти ручной работы, баночки с соленьями и травами на полках — все эти мелочи, которые хочется рассматривать и о которых хочется говорить, имеют большое значение.

Как правильно выбрать с какими туристами работать?

Это очень важный вопрос, и подойти к нему необходимо очень внимательно и не торопясь.

Начинающие владельцы гостевых домов зачастую думают: «Да какая разница? Кто приедет и будет согласен платить, с тем и буду работать!» Конечно, отказывать вы на первых порах никому не должны. Однако вам необходимо сразу, лучше

на самом начальном этапе организации гостевого дома понять и определить своих туристов. Тех, с кем вам будет понятнее, приятнее и интереснее работать в дальнейшем. Тогда вы заранее подготовите свой дом должным образом и оборудуете свое пространство теми предметами интерьера и быта, которые будут удобны и необходимы именно этой категории туристов. Например:

Ваши туристы в основном	Особенности данной группы туристов	Что нужно организовать в своем гостевом доме или на участке
Одиночные путешественники, командировочные	Как правило, это люди, приезжающие на территорию с деловыми и иными целями, предпочитающие останавливаться в спокойных местах в силу особенностей своего характера, либо транзитные туристы, передвигающиеся по территории региона	Обычно эту категорию туристов интересует наличие связи и интернет
Туристы с палатками	Неприхотливая категория туристов. Как правило, организаторы такого лагеря заранее разрабатывают программу для группы. Это могут быть волонтеры, студенты, люди науки или просто любители походных условий и песен у костра	Достаточно места для размещения палаточного кемпинга на вашем участке, наличие больших емкостей для приготовления пищи, оборудованное место для костра, навес-тент от дождя, настилы под палатки, места для стирки и сушки белья, длинные уличные деревянные столы под навесом, уличные туалеты, умывальники и места для мытья посуды, баню и другое оборудование,

Ваши туристы в основном	Особенности данной группы туристов	Что нужно организовать в своем гостевом доме или на участке
		необходимое для «кемпинговых» туристов. Крайне важно обеспечить безопасность туристов, ночующих в палатках, а также проинформировать их о правилах безопасности при проживании на природе в данной местности
Рыбаки, охотники	Как правило, это самая неприхотливая группа из всех представленных. Эти люди точно знают, чего хотят, зачем приехали и что им от вас нужно. Это может быть либо только проживание, либо плюс сама организация рыбалки или охоты. Приемом таких групп занимаются обычно те хозяева, которые сами являются заядлыми рыбаками или охотниками	Все необходимое для организации рыбалки, охоты, последующей разделки и первичной заготовки рыбы и дичи; может понадобиться предоставление необходимого оборудования и инвентаря; транспорт и сопровождение. Важно помнить самим и проинформировать туристов обо всех действующих на территории правилах и сроках охоты и рыбалки, штрафах за их несоблюдение. В противном случае претензии будут предъявлять вам
Иностранцы	Как ни удивительно, но обычно это одна из самых комфортных групп. Они некапризны, никогда не будут ругаться и требовать повышенного внимания к себе. Если территория интересна иностранцу и он уже приехал к вам, то ему будет интересно наблюдать за всеми проявлениями жизни на этой территории. И за позитивными (достоинствами), и за негативными (недостатками) тоже	Приветствуется знание минимального (бытового) иностранного языка у хозяев или наличие англоговорящего помощника, приходящего хотя бы на пару часов в день. В этом случае создание позитивного образа вашего региона, делающего его привлекательным для иностранного туриста, становится важной составляющей вашей деятельности как «хозяина» не только гостевого дома, но и «хозяина» территории
Компании взрослых, корпоративы	Данная группа, пожалуй, самая беспокойная. Много шума, музыки, алкоголь, возможны разборки, конфликты внутри группы, все это не оставит вас, как хозяина, в стороне. Делать ставку на данную группу туристов стоит делать только в том случае, если вы сами любите яркие эмоции, шумные посиделки и тусовки. В противном случае вы очень быстро устанете от вашего гостевого бизнеса	Наличие мангала, бани, большой комнаты-столовой или зала для праздника, большого стола (или нескольких столов в доме и на улице / на террасе), музыкального оборудования, телевизора с DVD, возможно, караоке, достаточное количество посуды, бокалов, фужеров, других принадлежностей, необходимых для отдыха больших компаний
Семьи, мамы с маленькими детьми, пожилые люди (пенсионеры) с внуками	Для этой категории особенно важны: – чистота и свежесть воздуха, – тишина, уединенность, – наличие определенного набора удобств	Качели, детскую площадку, маленькие домики-«прятки», игрушки, книжки, мультфильмы, сказочных героев, все то, чем можно развлечь детей; а также учитывайте количество тепла в доме, наличие дополнительных детских кроватей, ярких элементов, посуды, других принадлежностей, связанных с детством
Гости «одного дня» (без проживания)	Этой группе в первую очередь важна познавательная, образовательная и культурная составляющая сельского быта	Предложите им культурную программу: маршруты за пределы села, общение с домашними животными, участие в местном празднике, экскурсионное обслуживание

Ваши туристы в основном	Особенности данной группы туристов	Что нужно организовать в своем гостевом доме или на участке
Этнографы, историки, ценители традиций	Самая узкая аудитория, случайно такие туристы к вам не приедут. Только если вы обладаете какими-то уникальными знаниями, наследием, особенными материалами местного быта, национальных традиций, исторических событий, коллекций старинных предметов, иных объектов, представляющих особую ценность для специалистов, тогда эти специалисты станут находить вас, бережно передавать друг другу информацию о вашей теме, начнет образовываться узкий круг «своих» посетителей, единомышленников, тех, кто понимает толк в конкретном вашем увлечении. Стоит добавить, что, как правило, это очень непритворные гости, т. к. едут они не столько отдыхать, а за «идеями»	Материалы и объекты по теме

Определите «свою» аудиторию. Выберите ту группу туристов, с которой вам будет понятнее, приятнее и интереснее работать в дальнейшем.

ВАЖНО! *Несколько советов тем, кто принимает туристов в палатках*

Если вы планируете принимать гостей на территории вашего участка, но не в самом доме, а в палатках, обратите внимание на следующие рекомендации:

1. Выровняйте площадку, чтобы туристы не «скатывались» во сне. Установите настилы под палатки или застелите ее плотным полиэтиленом. На настиле спать теплее и комфортнее, к тому же гостям будет приятно, что о них подумали заранее.
2. Реалистично оцените возможности вашего участка: сколько палаток с учетом адекватного расстояния между ними помещается на вашей территории. Старайтесь не «лепить» палатки слишком плотно друг к другу, т. к. они не обладают звукопроницаемостью, и туристам будет некомфортно.
3. Территория должна быть оборудована уличным умывальником; желательно иметь отдельный от хозяйского туалета, который должен поддерживаться в чистоте и порядке; приветствуется наличие летнего душа, бани или иной возможности помыться.
4. Продумайте, где и как ваши гости будут питаться: необходим достаточно большой стол и лавки / стулья под навесом, тентом, чтобы свободно разместить всю компанию.
5. Если туристы будут готовить самостоятельно, необходимо организовать оборудованное место для приготовления пищи с доступом к воде. Предусмотрите отдельные тазы для мытья посуды в стороне от водоема. Если гости

готовят на огне (костер, мангал и пр.), вы обязаны обеспечить противопожарную безопасность. Нелишним будет предусмотреть возможность снабжения гостей посудой, дровами или углем, иным необходимым оборудованием для приготовления пищи (возможно, за дополнительную плату).

6. Организуйте место для мусора, обеспечьте его своевременный вывоз. Установите два бака, лучше сразу разделять мусор на пищевой и непищевой.
7. Крайне важно обеспечить безопасность ваших туристов. Желательно оградить территорию электрическим забором. При этом важно рассказать туристам, что электрический забор не является непроходимым препятствием для медведя, а лишь снижает риски. Обязательно подробно проинформируйте туристов обо всех возможных опасностях, к которым они могут быть не готовы, и правилах поведения. Каждый турист, приехавший к вам, должен прослушать подробный инструктаж по технике безопасности и расписаться в специальном журнале, подтверждая, что он ознакомлен со всеми правилами.

«Образ хозяина / хозяйки»

Успешный хозяин гостевого дома — это «гибкий» и «довольный» хозяин.

- Он способен быстро реагировать на запросы и просьбы гостя, вносить изменения в оборудование дома в зависимости от состава группы гостей (обеспечить связью, шампурями, установить детскую кровать, сделать пандусы для перемещения инвалидной коляски, убрать или добавить спальные места и пр.).
- Имеет договоренности с другими односельчанами на оказание дополнительных услуг своим гостям (экскурсии, катание на лодках, прокат велосипедов, мастер-классы по ремеслам и промыслам, иное, если он не делает этого сам).
- Умеет разрешать конфликтные ситуации.
- Поддерживает радужную атмосферу в своем доме.
- Способен принять к сведению любое замечание в свой адрес, стремится повышать качество своих услуг.
- И самое главное — он доволен своей жизнью, своим делом, ему нравится жить там, где он живет, и так, как он живет. Важно гордиться своей территорией, регионом, поселком, своим домом и своим образом жизни. Образ хозяина должен быть привлекательным как внешне, так и внутренне. К внешним признакам относятся некие особенные, узнаваемые элементы одежды или запоминающиеся привычки (один хозяин всегда встречает гостей в характерной национальной шляпе, другая хозяйка — всегда в традиционном ярком сарафане). А к внутренним признакам относятся самодостаточность, достоинство, интерес к людям и искреннее радушие.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Гостевая усадьба «Козий двор» на удаленном от центральных дорог хуторе Калининградской области

Муж и жена, сейчас им по 58 лет. Сельским туризмом занимаются уже около 20 лет.

Хозяйка Лена. В ее хозяйстве около 50 коз. Любой гость может наблюдать, как она общается со своими козами. Кормит, доит, чистит, заботится, разговаривает. Далее цедит молоко, готовит творог, свежий козий сыр. Все делает спокойно и размеренно, с улыбкой, с большой любовью и с явным удовольствием от происходящего. И это спокойствие и удовлетворенность передается и ее гостям.

Хозяин Виктор. Работает. В его ведении несколько ульев, большое хозяйство, баня, собственный частный музей старинной домашней утвари (много лет он занимается коллекционированием старинных вещей, это интересно и ему самому,



Кроме гостевого размещения эти хозяева кормят, предоставляют помещение компаниям (мини-кафе, пристроенное собственными руками к сараю) для проведения праздников и корпоративов, предлагают экскурсии по окрестностям, продают домашние продукты из козьего молока и много и охотно общаются со своими отдыхающими.

Именно **образ** довольного и успешного хозяина очень привлекателен для гостей. Более того — к ним постоянно хочется вернуться, чтобы вновь ощутить эту гармонию, окунуться в их спокойный, сильный и самодостаточный мир.

и его гостям). Приусадебный участок большой и ухоженный, с двумя скамейками и клумбой. По территории двора расставлена коллекция старинной сельскохозяйственной техники на конной тяге.

Летом он много работает по хозяйству, даже когда у него есть отдыхающие. И за этим процессом тоже интересно наблюдать.

Но в определенное время дня Виктор заканчивает свою работу, переодевается в белый летний льняной костюм и отдыхает. Он сидит на своей скамейке, любуется участком и результатами своего труда, пьет кофе или занимается чем-то для души. Он доволен своей жизнью и своим делом. И мы, будучи гостями, видим и верим, что он получает удовольствие от своего образа жизни, от своего дома, участка, своего хозяйства. Он не устает, или устает, но умеет отдыхать. Он умеет жить! И ему прекрасно живется в деревне!

*Гордитесь своим поселком, домом и делом.
По мнению многих экспертов, это то,
что оставляет у туристов одно из самых
благоприятных впечатлений.*

Теперь поговорим о второй составляющей интересов и ожиданий туристов от сельского туризма. Это **впечатления**.

Дополнительные услуги, которые вы можете продумать и предложить вашим гостям: предоставление бани с веником; парковка автомобиля на территории приусадебного участка; подсобные работы на участке; общение с домашними животными;

зелень с грядки; травяные чаи; посиделки у камина или костра.

Эти и другие мелкие, но приятные услуги обычно входят в стоимость проживания и повышают конкурентоспособность вашего гостевого дома.

Дополнительные платные услуги:

- Питание. Для самостоятельного приготовления

пищи гостям предоставляется оборудованная кухня. По договоренности приготовление пищи может осуществляться владельцем жилья. Однако это не относится к услуге по сдаче жилья в аренду или краткосрочному проживанию. Вы всегда имеете право угощать ваших гостей без оформления такого вида деятельности как «общественное питание». Однако если вы делаете это официально, вам надо получить ОКВЭД «Общественное питание», пройти проверку Роспотребнадзора, иметь санитарную книжку, иметь сертификаты качества на продукты питания.

- Катание на лошади, квадроцикле, снегоходе.
- Прокат велосипедов, лодок, оборудования и снаряжения.
- Транспортные услуги на собственном транспорте хозяина.
- Продажа продукции подсобного хозяйства.
- Организация рыбалки, похода в лес, сбора ягод и грибов.
- Участие туристов в мастер-классах (работа с деревом, плетение сетей, ловля и приготовление рыбы, сыроварение, любая традиционная заготовка, в т. ч. папоротника, любые другие местные ремесла и промыслы). Этим можно заниматься у себя в доме или договорившись с соседом. Любая кооперация с односельчанами — большой плюс в копилку впечатлений туриста. Не стоит бояться конкуренции! Чем больше возможных интересных занятий вы предложите вашим туристам, пусть и с помощью соседей, тем качественнее будет их отдых. Проживание у вас им больше запомнится, у них в «копилке» будет больше новых знаний, навыков и хороших фотографий. А значит, и все путешествие лучше запомнится и оставит только самые позитивные впечатления!

- Экскурсионные услуги. Этому умению необходимо постоянно учиться: на курсах, изучая литературу, перенимая опыт других людей. Если в принимающей семье отсутствует человек, способный оказать качественные экскурсионные услуги, следует также поискать его в ближайшем окружении (среди родственников, соседей, друзей) и побудить его обучиться на экскурсовода-гида-проводника. Оригинальная экскурсионная услуга будет сильным магнитом вашего гостевого дома и дополнительным источником дохода для вас.

Помните! Если вы возите туристов на территорию заказника, вам необходимо заранее согласовать это и получить разрешение на пребывание на территории ООПТ (особо охраняемая природная территория). Ходить по территории можно только в сопровождении инспекторов.

Но не только заказник интересен вашим туристам! Люди приехали издалека. Их интересует все! Быт поселка, его окрестности, его история, заброшенные постройки.

Маршруты по окрестностям могут пешими, конными, велосипедными. Подробнее о маршрутах мы поговорим в отдельной главе.

Таким образом, предоставление иных туристских услуг может стать для вас дополнительным источником дохода (Приложение 6).

*Сделайте отдых
у вас разнообразным,
интересным
и запоминающимся!*

Рассмотрим для примера несколько вариантов предложений, которые вы можете сформировать в собственный, так называемый «турпродукт».

(Подробнее на определении «турпродукт» мы остановимся в следующей главе).

Вариант 1: «Тур выходного дня».

Владелец гостевого дома оказывает услуги по проживанию на два выходных дня (одна или две ночи) как основной пакет услуг. Дополнительно предоставляет услуги по прогулкам вокруг поселка, организации рыбной ловли, баню, организует пикник, осмотр местных достопримечательностей и т. п. Причем дополнительные услуги предлагаются за отдельную плату, по договоренности.

Вариант 2: «Недельный сельский тур».

Владелец сельского дома предоставляет услуги по проживанию на срок от 5 до 10 дней. К длительному отдыху туристы обычно предъявляют более высокие требования, особенно касающиеся комфортабельности проживания. Набор дополнительных услуг может быть таким же, как в первом варианте, но нужно будет дополнить количество предложений. Желательно, чтобы каждый день происходило что-то интересное. Направленность развлекательных мероприятий будет зависеть от специализации вашего хозяйства и хозяйств ваших односельчан, участвующих в селькотуристической деятельности вместе с вами: велосипедные или конные прогулки, рыбалка, демонстрация процессов сельскохозяйственного производства (сбор меда, стрижка овец, уход за животными, производство творога, сыра и т. д.), знакомство с традиционными народными промыслами, мастер-классы по ремеслам, организация экскурсий для осмотра местных достопримечательностей.

Не бойтесь конкуренции. Кооперируйтесь! Взаимодействуйте с соседями для предоставления более широкого перечня предложений для «сельского туриста». Это пойдет на пользу вашему бизнесу.

Под конец пребывания в вашем гостевом доме предложите гостям местную сувенирную продукцию. Это может быть как ваша собственная продукция, так и взятая на реализацию у соседнего мастера. Если гостям понравилось у вас, они обязательно ее купят. Тем самым вы и поддержите тех ваших односельчан, кто делает сувениры, и заработаете на разнице сами, а у туристов останется что-то оригинальное, самобытное на память о данной местности, об отдыхе, о вас и о вашем гостеприимном доме.

Подробнее про изготовление и использование сувенирной продукции мы поговорим в отдельной главе.

ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ:

1. Продумайте заранее организацию приема гостей — встреча, оформление, знакомство с условиями проживания.
2. В оформление обычно входит: запись паспортных данных; прием оплаты; выписка квитанции (бланка строгой отчетности, если вы работаете как индивидуальный предприниматель или как физическое лицо), один экземпляр квитанции выдается гостю, один остается у владельца. На основании этой квитанции вы делаете позднее запись в свою книгу доходов. Более подробно об использовании бланков строгой отчетности мы поговорим в главе о предпринимательстве.
3. Существенно облегчит будущие отношения четкий письменный договор между владельцем гостевого дома и туристом.
4. Оплату удобнее принимать в начале отдыха туристов. Владельцу следует учитывать, что поступившие деньги становятся окончательно заработанными только после отъезда туриста, если его отдых закончился благополучно. Если отдых продолжительный, то оплату лучше взять частями. Плата за дополнительные услуги гостевого дома взимается до оказания этой услуги, по договоренности с гостями.
5. Следите за качеством продуктов питания и чистотой в доме.
6. Если вы содержите домашних животных, необходимо получить в местной администрации справку о состоянии здоровья скота, кроликов, птицы при реализации продукции собственного производства.
7. Во избежание имущественных претензий гостей и хозяев друг к другу рекомендуется строго разграничить места семейного, гостевого и общего пользования. Заранее предупредите гостей об этих разграничениях.
8. При первом знакомстве расскажите гостям о требованиях пожарной безопасности в вашем доме, покажите, где находятся ключи, мусорное ведро, как пользоваться водой и пр. Рекомендуется проинформировать гостей о местных условиях, расписании движения рейсовых автобусов, если таковые есть, о расположенных рядом с населенным пунктом природных объектах, о культурных и других мероприятиях.
9. Составьте и распечатайте внутренние правила пользования гостевым домом. Наличие такой памятки облегчит туристам первое знакомство с домом, а вас освободит от долгих перечислений того, что можно в вашем доме, а что нельзя. Пример таких правил приведен в Приложении 1.
10. Отдельно расскажите о действиях в случае возникновения чрезвычайной ситуации (землетрясение, отключение электроэнергии, водоснабжения и тепла). Заранее продумайте механизмы экстренной помощи при возникновении проблем со здоровьем (аллергическая реакция, отравление, укус клеща, укусы животных, др.). Имейте аптечку первой медицинской помощи и быстрый доступ к вызову врачей (связь).
11. Разрешение конфликтных и спорных вопросов. В любом бизнесе могут возникать конфликтные или околоконфликтные ситуации. А в гостевом особенно. Туристы — это прежде всего потребители, которые платят, чтобы получить приятное, интересное, максимально комфортное и неуютительное времяпровождение. Околоконфликтные ситуации обычно порождаются существенным различием между ожиданиями туриста и его конкретными впечатлениями, полученными от поездки и проживания. Например, стоимость услуг гостевого дома показалась туристу завышенной при отсутствии необходимых бытовых условий (нет горячей воды, холодный туалет во дворе и пр.). Предупредите туриста заранее обо всех нюансах вашего гостевого дома.
12. Относитесь к потребностям гостей внимательно и гостеприимно. В то же время не нужно чрезмерно навязчиво предлагать свою помощь и дополнительные услуги. Соблюдайте «золотую середину»!

Дополнительный перечень советов смотрите в Приложениях 2–4.

*Позвольте гостям чувствовать себя у вас
легко и непринужденно, как дома.*

ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К СЕЛЬСКИМ ГОСТЕВЫМ ДОМАМ

Стандартизация в туризме

Важнейшим инструментом государственного регулирования туристской деятельности и защиты прав потребителей туристских услуг являются стандартизация и сертификация туристских услуг.

Стандартизация — разработка и установление требований, норм, правил, характеристик как обязательных, так и рекомендуемых, обеспечивающих право потребителя на услуги надлежащего качества за приемлемую цену, а также право на безопасность и комфорт

- Повышение уровня качества и эффективности туристского и экскурсионного обслуживания
- Повышение конкурентоспособности туристских услуг
- Защита интересов потребителей

Стандартизация сельских гостевых домов

В России впервые утвержден и введен в действие 01.07.2016 года национальный стандарт ГОСТ Р 56641-2015 «Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования». Он устанавливает общие требования к сельским гостевым домам и услугам, предоставляемым сельскими гостевыми домами.

Требования данного стандарта делятся на обязательные («Сельские гостевые дома должны...») и рекомендуемые («Владельцам гостевого дома рекомендуется...»). Большинство положений стандарта для гостевых домов носит только рекомендательный характер.

Общие требования к сельским гостевым домам приведем в таблице ниже, разделив их для простоты восприятия на обязательные и рекомендуемые.

Область применения	«Сельские гостевые дома должны...»	«Владельцам гостевого дома рекомендуется...»
Требования к территории	<p>Зоны отдыха и хозяйствования должны быть аккуратными и незахламленными</p> <p>Место содержания домашних животных должно быть чистым, удобным для подхода и кормления</p>	<ul style="list-style-type: none"> – обеспечить пешеходные дорожки, тропы, подъездные пути – огораживать, озеленять территорию – разделять зоны отдыха и хозяйствования
Туристская информация гостевого дома		<p>Включать в информационное обеспечение:</p> <ul style="list-style-type: none"> – информацию о расстояниях между гостевым домом и ближайшими населенными пунктами и достопримечательностями – информацию о местном общественном транспорте – номера телефонов и адреса больниц, магазинов, кафе – инструкции о поведении при пожаре и в чрезвычайных ситуациях – правила проживания в гостевом доме – предоставление каталогов историко-культурных и природных объектов

Область применения	«Сельские гостевые дома должны...»	«Владельцам гостевого дома рекомендуется...»
Оснащение и оборудование гостевых домов	В гостевом доме должна быть укомплектована аптечка для оказания первой доврачебной помощи. Аптечку необходимо периодически обновлять и пополнять содержимое, проверяя сроки годности медикаментов	<p>Гостевые дома рекомендуется оборудовать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – искусственным и аварийным освещением – холодным водоснабжением (фильтрация, очистка воды или иметь запас бутылированной воды не менее чем на сутки) – горячим водоснабжением (или возможностью нагрева воды) – отоплением – телефонной связью, доступной для гостей
Интерьер гостевого дома		В оформлении гостевого дома рекомендуется использовать колорит народного творчества и современные архитектурно-художественные традиции
Требования к помещениям гостевого дома	Площадь комнат гостевого дома должна позволять гостю свободно, удобно и безопасно передвигаться и использовать все оборудование и мебель. Минимальная площадь комнат не нормируется	<p>Рекомендуется:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разделить зоны проживания гостей и хозяев – оснастить кухню / мини-кухню: <ul style="list-style-type: none"> • плитой / печью • холодильником (или погребом) • моечной раковиной • кухонными шкафчиками, столовыми приборами и посудой, чайником • местом (полкой или шкафом) для хранения продуктов • мусорным ведром для пищевых отходов • моющими средствами для обработки посуды и комплектом тряпок – предусмотреть наличие комнаты / места для багажа, помещение для стирки и сушки одежды – в зоне проживания гостей рекомендуется располагать санузел, в сельских гостевых домах, принимающих туристов только в летний период, допускается оборудование санузла и душевой кабины во дворе гостевого дома
Требования к услугам гостевого дома	<p>Услуги гостевых домов должны соответствовать следующим критериям:</p> <ul style="list-style-type: none"> – безопасность предоставляемых услуг – транспортная доступность – достоверность информации о сельском гостевом доме и предоставляемых услугах 	<p>Рекомендуется предоставлять следующие основные услуги:</p> <ul style="list-style-type: none"> – прием гостей для размещения не менее 8 часов в сутки – услуги питания или создание условий для самостоятельного приготовления пищи

Область применения	«Сельские гостевые дома должны...»	«Владельцам гостевого дома рекомендуется...»
	<ul style="list-style-type: none"> – готовность персонала (собственников, управляющих) сельского гостевого дома к оказанию услуг 	<ul style="list-style-type: none"> – санитарную уборку жилых комнат, в т. ч. к заезду гостей – смену постельного белья — не менее одного раза в неделю и при каждом новом заезде – смену полотенец не менее одного раза в 5 дней или при каждом новом заезде
Требования к безопасности гостевого дома	<p>Услуги сельских гостевых домов должны обеспечивать безопасные условия для жизни и здоровья проживающих туристов, сохранность их имущества, с соблюдением правил и требований, установленных нормативными правовыми актами Российской Федерации [1], [2], [3], [4] и федеральных органов исполнительной власти, в т. ч. ГОСТ Р 32611.</p> <p>Собственники гостевых домов должны обеспечить минимальный уровень риска для жизни и здоровья гостей</p>	
Противопожарная безопасность	<p>Собственники гостевых домов несут полную ответственность за безопасность принятых ими гостей и обязаны обеспечить противопожарную безопасность дома.</p> <p>Все прибывающие в гостевой дом должны быть ознакомлены с инструкцией о мерах пожарной безопасности, включая поведение при пожаре и в чрезвычайных ситуациях</p>	<p>Рекомендуется иметь инструкции о мерах пожарной безопасности и первичные средства пожаротушения.</p> <p>Обслуживающий персонал должен знать меры пожарной безопасности и соблюдать их.</p> <p>Разведение костров должно производиться в специально отведенных местах под контролем персонала собственника</p>
Санитарно-гигиенические показатели	<p>Для обеспечения жизни и здоровья гостей необходимо соблюдать санитарно-эпидемиологические требования, в т. ч. по содержанию санитарно-технического оборудования, инвентаря, защите от насекомых и грызунов, обработке белья (стирка, глажка и хранение белья).</p> <p>Питьевая вода, используемая для хозяйственно-питьевых целей, должна соответствовать гигиеническим требованиям, быть безопасной и безвредной по химическому составу.</p> <p>Собственник должен регулярно проводить уборку прилегающих территорий, мест общего пользования, помещений, обеспечить сбор и вывоз жидких и твердых отходов</p>	

Область применения	«Сельские гостевые дома должны...»	«Владельцам гостевого дома рекомендуется...»
	<p>(наличие выгребных ям, контейнерных площадок). Регулярно проводить мероприятия по обработке территории вокруг дома по периметру от клещей, информировать гостей об опасности укусов клещей (памятка, взаимоосмотр)</p>	
Травмоопасность		<p>Для снижения риска травмоопасности гостей собственнику гостевого дома рекомендуется ознакомить их с правилами проживания, техникой безопасности и другими факторами риска и мерами по предупреждению травм в данной местности</p>
Требования к персоналу гостевого дома	<p>Персонал сельского гостевого дома должен быть подготовлен к работе и обслуживанию гостей, в т. ч.:</p> <ul style="list-style-type: none"> – иметь навыки по проведению и организации уборок – иметь навыки по приготовлению пищи и обслуживанию гостей (только при оказании услуг питания) – при наличии иностранных туристов владеть иностранным языком – владеть необходимой туристской информацией о регионе, в котором расположен сельский гостевой дом – владеть навыками использования сельскохозяйственной техники (при наличии) и знать технику ее безопасности – уметь обращаться с домашними животными (при наличии), знать технику безопасности – иметь базовые знания и навыки по оказанию первой доврачебной помощи – владеть навыками по применению первичных средств пожаротушения и эвакуации людей при чрезвычайных ситуациях – знать этику общения с гостями, проявлять приветливость, доброжелательность, предупредительность – проходить периодические медицинские освидетельствования 	

Область применения	«Сельские гостевые дома должны...»	«Владельцам гостевого дома рекомендуется...»
	Сельские гостевые дома должны соответствовать требованиям нормативных правовых актов Российской Федерации, нормативных документов федеральных органов исполнительной власти [1] и [2], а также требованиям настоящего стандарта	

[1] ФЗ от 24.11.1996 года № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» с изменениями и дополнениями.

[2] СанПиН 2.1.2.2645-10 «Санитарно-эпидемиологические требования к условиям проживания в жилых зданиях и помещениях».

[3] Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 года № 2300-1 в редакции федеральных законов с изменениями и дополнениями.

[4] ФЗ от 22.07.2008 года № 123-ФЗ «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности».

ГОСТ Р 32611-2014 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов».

Таким образом, при организации сельского гостевого дома необходимо придерживаться требований данного национального стандарта, а также указанных выше ([1], [2], [3], [4]) официальных документов.

Сертификация гостевого дома

Сертификация по своей сути является практической частью стандартизации. Сертификация — это процедура подтверждения соответствия, посредством которой независимая организация удостоверяет в письменной форме, что продукция (услуга) соответствует установленным требованиям.

Цели сертификации

- Контроль безопасности предоставляемых услуг для жизни и здоровья потребителей.
- Защита потребителя от недобросовестности продавца, исполнителя туристских услуг.
- Содействие повышению конкурентоспособности туристских услуг на российском и международном рынках.
- Содействие потребителям в компетентном выборе услуг.

ГОСТ и стандарты качества

Подробные требования приведены в **ГОСТ Р 56641-2015 «Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования»**. Данный ГОСТ можно легко найти и скачать для ознакомления в интернете.

Предоставление собственного сельского дома под гостевой дом (для проживания совместно с хозяевами) не является гостиничным бизнесом в его классическом определении. Гостиничный бизнес предполагает экономическую деятельность специализированных предприятий, предлагающих на регулярной коммерческой основе услуги по обеспечению клиентов размещением и питанием.

Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации (утвержденные постановлением Правительства РФ от 09.10.2015 года № 1085) распространяются на деятельность гостиниц и иных средств размещения, за исключением деятельности молодежных туристских лагерей и туристских баз, кемпингов, детских лагерей, ведомственных общежитий, сдачи внаем для временного проживания меблированных комнат.

В настоящее время сертификация вашего гостевого дома (а также получение гигиенического сертификата соответствия) носит добровольный характер. Если ваш дом предоставляется под услуги сельского гостевого дома на нерегулярной основе и вы работаете только самостоятельно, вы не обязаны проходить сертификацию.

Гигиенические сертификаты Роспотребнадзора не являются обязательным документом и оформляются в случае, когда владельцы хотят повысить конкурентоспособность какой-либо продукции, предоставляя покупателю информацию о ее качестве и безопасности для жизни и здоровья человека. Сертификат Роспотребнадзора — это документ, свидетельствующий о соответствии единым санитарно-эпидемиологическим и гигиеническим требованиям. Гигиенический сертификат соответствия выдается Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека и территориальными органами Роспотребнадзора.

Однако если вы планируете расширять свою деятельность, сотрудничать с турфирмами, заключать договоры на рекламу вашего заведения, то рекомендуется пройти процедуру подтверждения соответствия, результатом которой является документальное свидетельство, удостоверяющее, что ваши услуги соответствуют установленным требованиям стандартов.

Сертификация услуг сельского гостевого дома не является обязательной, но она способствует обеспечению безопасности предоставляемых услуг и повышению их конкурентоспособности.

Маршруты и экскурсии в сельском туризме



Группа туристов на берегу океана, Камчатка

Маршруты и экскурсии в сельском туризме — обязательная составляющая вашего турпродукта. Они входят в деятельность по организации досуга туристов.

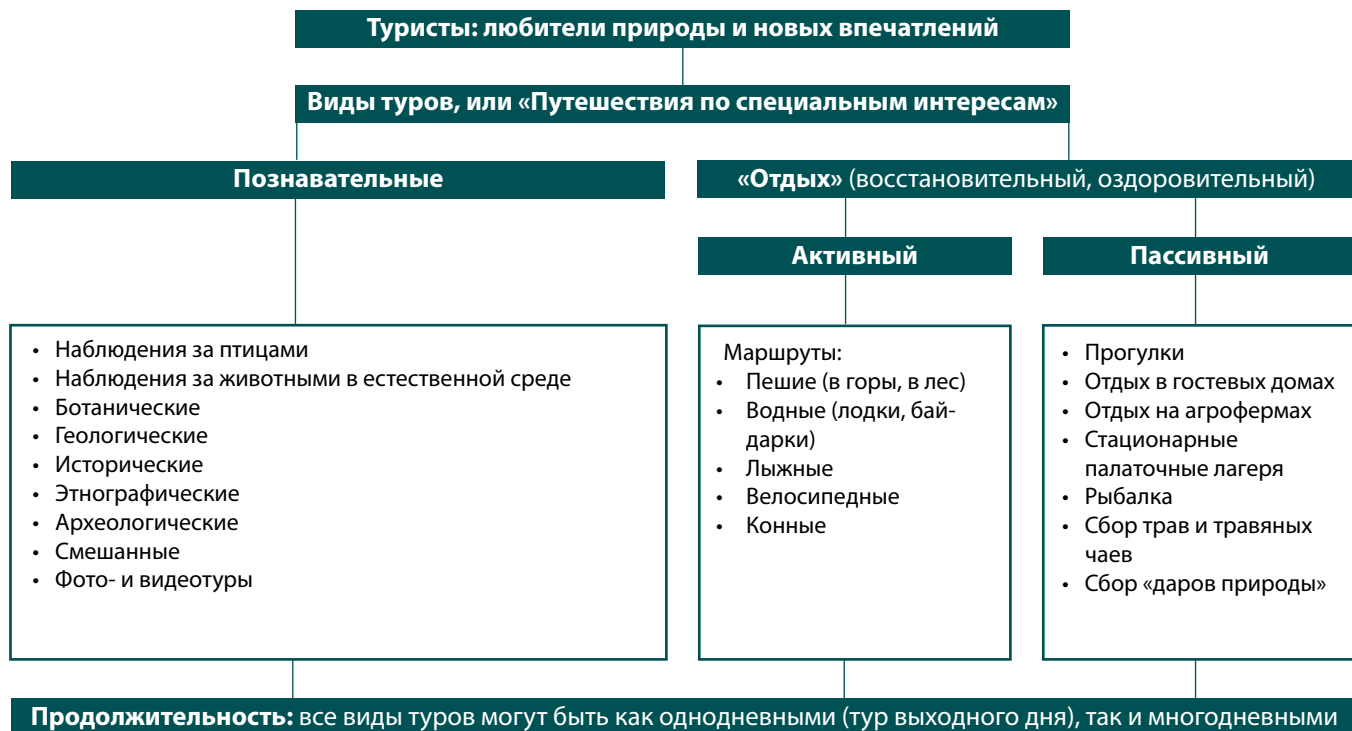
Маршруты и экскурсии по природным территориям Камчатского края должны отвечать принципам экологического туризма.

Экотуризм — путешествия с познавательными целями (знакомство с живой природой, с укладом местных жителей, изучение природных и культурных достопримечательностей), которые не оказывают негативного воздействия на окружающую среду и содействуют охране природы.

Экскурсия — поездка или поход с посещением достопримечательных объектов (исторических, культурных, природных или созданных руками человека). Проводится в познавательных целях, как правило, под руководством экскурсовода или гида-проводника. Это наглядный процесс познания человеком окружающего мира, построенный на заранее подобранных примечательных объектах.

Маршрут экскурсии — хорошо продуманный, наиболее удобный путь следования экскурсионной группы. Составление маршрута обусловлено темой экскурсии, местом расположения объектов, наличием путей для подъезда (подхода) и площадок для показа и осмотра. В ходе процесса экскурсовод помогает экскурсантам увидеть объекты, услышать о них необходимую информацию, ощутить их значение, красоту и уникальность, овладеть навыками самостоятельного «видения».

Виды экотуризма, которые может развивать в своей местности сельский предприниматель



Эта схема будет полезной для того, чтобы определиться, какие виды туризма близки именно вам и какие из них наиболее соответствуют специфике вашей территории.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Путешествия за лекарственными травами



В последние годы по всей стране набирают популярность новые виды путешествий, один из которых — сбор лекарственных трав. В Крыму и на Алтае, к примеру, к этой деятельности уже подключилось много местных жителей и представителей турбизнеса. Смысл такой поездки в том, что помимо наслаждения от похода по горам или предгорью от красоты природы гости получают и «практическую» пользу. Опытный сопровождающий — травник — помогает им найти места, где растут различные лекарственные или просто полезные растения, рассказывает об их свойствах, учит правильно собирать и хранить сборы. Гости уезжают не только с фотокадрами, но и с пучками трав, которые продолжают радовать их всю долгую зиму в городе.

ВАЖНО! Если вы планируете организовывать подобные туры, обязательно удостоверьтесь, что сопровождающий, который будет водить группы, разбирается в том, что делает, обладает профессиональными знаниями и опытом, т. к. ваша ключевая обязанность — обеспечить безопасность туриста.

Чего хотят туристы, или Как «увидеть» маршрут?

Как мы уже говорили, экотуризм входит в «моду», индустрия постепенно приходит к тому, что вместо массового отдыха на солнце, море и песке путешественник выбирает природный пейзаж, традиции и досуг в виде наличия ремесел, рыбалки, праздников, вкусной еды. Кроме того, ему интересен местный уклад жизни и общение с сельским населением. Основное, чего хотят люди — индивидуального подхода к своему отдыху, индивидуальных программ пребывания, созданных с учетом их интересов. Им интересно узнать о культуре, увидеть местный быт, традиции, услышать фольклорные песни, попробовать национальную кухню.

Рассмотрим подробнее потребности туриста, в т. ч. иностранцев.

Далеко не каждый регион России может похвастаться серьезными шансами на работу с иностранными туристами, особенно не в крупных городах и на курортах, а на сельских территориях. Камчатка, в отличие от большинства регионов страны, — территория, известная во всем мире и привлекающая множество иностранных гостей. Иностранцы вполне могут стать частыми гостями и на ваших объектах и маршрутах.

По данным Агентства по туризму и внешним связям Камчатского края, в 2016 году регион посетило около 16,5 тысячи иностранных туристов. Более 4-х тысяч зарубежных гостей ежегодно посещают Кроноцкий заповедник, около 2,5 тысячи человек — Южно-Камчатский заказник. И этот поток растет с каждым годом.

За чем к вам приедут иностранные гости?

Иностранцы сильно отличаются от российских путешественников по мотивам, ради кото-

рых они приезжают к вам. Вот основные мотивы:

- Нетронутая дикая природа и возможность быть в ней, наблюдать диких животных и птиц вблизи и в естественной среде.

Таких туристов называют «экотуристами». Многие из них одновременно — фотографы и видеооператоры (как профессионалы, так и любители), они готовы лететь на другой конец планеты за редкими кадрами (медведи, которые ловят рыбу на берегу Курильского озера или расслабленно прогуливаются возле океана вблизи поселка, не боясь людей). Им часто не так важна инфраструктура, как то, что вокруг мало людей, есть возможность пройти по тропе и не встретить за целый день ни одного туриста. Если вы знаете маршруты, по которым редко водят туристические группы, где есть возможность почувствовать себя наедине с дикой природой или наблюдать скопления каких-то животных, птиц или рыб, предложите их этой категории гостей. Вулканы и Курильское озеро — уже раскрученные бренды, но настоящему экотуристу не менее интересны будут и берег океана рядом с поселком, и маршрут по сопкам, туда, где «не ступала нога человека».

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Заповедный Дагестан. Весеннее путешествие в мир Синей Птицы



Хороший пример настоящего экологического тура с погружением в дикую природу — тур «Весеннее путешествие в мир Синей Птицы», который проводят совместно некоммерческая организация «Фотоэкспедиция в дикую природу» и Дагестанский государственный заповедник при содействии и поддержке туристической компании «Джага». Программа рассчитана на 7 дней / 6 ночей.

Тур построен на ежедневных экскурсиях по различным природным объектам в сопровождении опытных гидов — знатоков природы Кавказа, а также фотографов — профессионалов, которые проводят мастер-классы по фотографированию дикой природы. Наличие подобных специалистов — дополнительный серьезный плюс такого тура в глазах экотуристов, в т. ч. зарубежных.

По ходу программы запланированы совершенно разные активности, позволяющие гостям за короткий период получить максимум впечатлений. Это и посещение Дагестанского заповедника (уникального бархана Сарыкум), и возможность наблюдать редкие виды растений и животных (для этого тур сопровождают гиды, способные обнаружить и показать неискушенному гостю виды, которые он сам едва ли заметит). Тур включает участие в тематическом фестивале «Белое солнце пустыни», экскурсию к необычным природным объектам (куполообразные скалы, каньон и пр.), экскурсию на цветущие маковые поля (обычное дело для местных жителей, но совершенно незабываемое зрелище для туристов-новичков) и поездку в субтропический лиановый лес.

Обратите внимание, как профессионально дано описание данного тура в блоге одного из его авторов (<http://valery-moseykin.livejournal.com/14481.html>), как для этого подобраны качественные фотографии. Это важно, т. к. сразу дает туристу понимание, что люди, которые будут заниматься организацией его отдыха, — профессионалы своего дела.

- Возможность своими глазами увидеть, как живут местные жители на удаленных от «цивилизации» территориях, поучаствовать в этой жизни, почувствовать себя «местным».

Такой туризм обычно называют «этнографическим» или «культурным». Важно понимать, что даже на территориях, на первый взгляд небогатых культурно-историческими достопримечательностями, музеями и старинными руинами, такой туризм не только возможен, но и очень привлекателен, особенно для зарубежных гостей. Ведь они у себя на родине живут совершенно подругому! И им интересно все: от устройства вашего дома и огорода до того, ка-

кие песни вы поете, как справляете праздники и как ходите в баню. Такие гости будут счастливы, если вы возьмете их с собой на традиционную рыбалку, в поход в лес за грибами и ягодами, позвольте поучаствовать в засолке огурцов или работе на огороде. Чем больше у них будет возможностей не просто посмотреть, но и делать что-то – тем лучше.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Тур-«бродилка» по селу Львовское (Краснодарский край)



В кубанском селе Львовское с прошлого года проводится программа — «сельская бродилка». Гости перемещаются по селу вместе с сопровождающим, заходят в дома местных жителей, знакомятся с тем, как они живут. В одной хате можно узнать все о кукурузе — основной местной

культуре, на которой исторически держалось все кубанское хозяйство. Как ее выращивали, для чего использовали, как делали так, чтобы ничего не пропало, а все пошло в дело? Здесь можно самому смолоть кукурузу на ручном жернове, приготовить традиционное местное блюдо — мамалыгу, а позже самому ее и съесть. Можно научиться делать куколочку из листьев кукурузы или сплести подставку под горячее, а можно накормить козу на соседнем подворье. В другой хате туристы встречаются с местными рукодельницами, а в третьей — поют вместе с фольклорным коллективом. К концу дня гости знают, кажется, всех в селе и с удовольствием сидят с ними за одним столом, наслаждаясь застольными разговорами.

- Возможность попробовать уникальную местную кухню и продукты.

Еще одна категория туристов, которая становится все более частой на просторах России, — «гастрономические» туристы. Им интересно все, что вы едите, и то, из чего и как вы это готовите, и ради

этого они тоже готовы преодолевать огромные расстояния. Таких туристов не стоит кормить «по-европейски»: предложите им уникальные местные продукты (к примеру, блюда из папоротника или местную рыбу), расскажите о рецептах вашей бабушки, попробуйте что-то приготовить вместе с ними. Они это оценят.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ



Гастрономический туризм в Грузии

В последние несколько лет чрезвычайно популярными среди россиян стали гастрономические туры в соседнюю Грузию. Каких только предложений нет сегодня на рынке! «Хинкали-

тур», программа «Вкусная Грузия», «Наука Бахуса и Корса», «Кулинарное путешествие» и множество других подобных названий выскакивают в поисковике, стоит вбить словосочетание «гастротур в Грузию».

Грузинская кухня — явление, известное русскому человеку. Тем не менее, еще несколько лет назад практически никто в эту страну не ездил, и уж тем более в специализированный гастрономический тур. Просто появились первые туроператоры, которые увидели в грузинской кухне не просто кухню, а центральную тему для своих путешествий. Поездки в Грузию, безусловно, включают самые разные активности: и осмотр исторических достопримечательностей, и прогулки по горам, и активные виды туризма. Но суть этой гостеприимной южной страны с ее радушными жителями и длинными философскими тостами отлично передается через кухню. Каждый день программа гастрономического тура включает определенные (желательно неповторяющиеся) кулинарные мероприятия, посещение винных и сельскохозяйственных производств, дегустации, кулинарные мастер-классы. Туристы едут с удовольствием!

- «Я был на Камчатке!»

Поскольку Камчатка — одно из самых известных мест России в глазах не только иностранцев,

но и россиян, многие из них готовы поехать туда просто «для галочки», чтобы посетить место, о котором они много читали в путеводителях и интернете, слышали от знакомых. Эта группа очень разношерстная, но с такими гостями вам будет проще всего. Они будут рады всему описанному выше плюс любым другим развлечениям, которые вы решите им предложить, — просто потому, что они уже на Камчатке, а значит, мечта уже сбылась. Старайтесь сделать их отдых разнообразнее, чтобы у них осталось больше впечатлений и красивых снимков, и будьте гостеприимны — и они будут вам благодарны.

Все описанные выше мотивы применимы и для наших соотечественников — приверженцев экологического туризма.

Наиболее привлекательным и эффективным способом получения новых знаний и впечатлений является интерактивная форма. Это «личное участие» туриста в процессе либо наблюдения за ним. Прекрасным интерактивом являются мастер-классы по изготовлению традиционных ремесел или участие в настоящих промысловых видах работ.

На маршрутах и в наблюдениях также присутствуют элементы интерактива. В живой природе все время что-то происходит, это постоянный интерактив, обусловленный непредсказуемостью самой жизни. Посмотреть скопление птиц, узнать о их разнообразии внутри одного вида, послушать, пофотографировать, узнать их названия, понаблюдать за их поведением — это и есть лучший интерактив. Сидя в укрытии в колонии чаек или бакланов, наблюдать, как они перелетают с места на место, возвращаются, питаются, дерутся, — это настоящий сериал! Поверьте, приезжий получит непередаваемые эмоции!

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

А давно ли вы слушали птиц и просто звуки природы?



Туры по наблюдению за птицами (в международной литературе это называется «бедвочинг» (birdwatching)), очень популярны во всем мире, все чаще проводятся и в России. Программы могут быть разными — все зависит от того, какого уровня специалисты есть в вашей команде. Бедвочерам, которые ездят в подобные туры много лет и в разные страны мира, конечно, необходим профессиональный гид — орнитолог с хорошим опытом. Однако есть большое количество обычных туристов, приехавших к вам с другой целью, но также интересующихся птицами, которые обитают в окрестностях вашего поселка. Таким гостям может быть очень интересна непродолжительная прогулка ранним утром по ближайшим окрестностям в сопровождении местного жителя, который просто хорошо знает местность и умеет замечать птиц, может отличить какие-то виды по внешним признакам или по голосу. Как правило, это лесник или охотник. Опыт разных территорий показывает, что сам факт прогулки в 5 часов утра для того, чтобы послушать голоса просыпающихся птиц, уже становится незабываемым впечатлением для туристов.

В Нидерландах на одной из небольших природных территорий местные гиды практикуют очень простой интерактивный элемент. Группа идет по тропе, и в какой-то момент экскурсовод предлагает всем лечь на травку и 5 минут молча смотреть на небо. Как рассказывают потом экскурсоводы, на городских гостей это нехитрое упражнение производит большое впечатление.

При составлении своего маршрута очень важно в свои услуги добавлять образовательную (познавательную) составляющую.

Рассказ в экскурсии — это устная часть экскурсии, информация и пояснения, которые дает гид-проводник. Обычно рассказ выполняет две задачи:

1. комментирует, поясняет, дополняет увиденное;
2. реконструирует, восстанавливает то, что в данный момент не может увидеть экскурсант (исторические, геологические, экологические нюансы).

Из схемы со с. 33 видно, что для этого можно использовать и как применить с учетом потребностей туристов:

Помните! Туристу, который уже проделал огромное расстояние, чтобы приехать к вам, интересно все! Любые мелочи, которые кажутся вам привычными и весьма заурядными, могут оказаться очень привлекательными! И еще. Любая старая постройка может стать либо интересным объектом, если снабдить показ рассказом о ее происхождении и связи с историей поселка, либо будет вымлетать грудой рухляди, если останется безымянной.

Собственные знания, опыт.
Они могут соответствовать вашей профессии (геология, археология, ботаника, др.) или быть почерпнутыми из «кладезей народной мудрости»

Получать знания и информацию из энциклопедий, книг, статей (по истории, биологии, географии и др.)

Обратиться к экспертам: краеведам, специалистам по туризму ЮКЗ, научному отделу Кроноцкого заповедника и др.

Скопления нерпы в устьях рек, поедание ими нерки, идущей в устья и далее в озера на нерест. Наблюдения за нерпами, как они плавают и ныряют с рассказами об их жизни будут очень любопытны туристам

Наблюдения за птицами. Их активную жизнь и питание рыбой также можно видеть на устьях рек вблизи поселков

Дикоросы (черемша, папоротник, ягоды, шиповник). Геоботаническая экскурсия с дегустацией вблизи поселков, сбор

Интересны любые программы с рыбой — совместная рыбалка, разделка, местные особенности приготовления, участие в приготовлении рыбы на природе, обед в походных условиях. Любой процесс может быть сопровожден информацией — что это за рыба, почему она скапливается здесь, почему возвращается и т. д.

Показ «рукотворных» объектов также важно сопроводить рассказом: зачем лежат на берегу ржавые корабли; что за завод в поселке, как он работает; происхождение старых домов и построек поселка; необычные сооружения, сейсмостанция

Отдельного внимания заслуживает история поселка Паужетка, термальные выходы и его геотермальная станция

Исторические события, связанные с военными действиями русско-японской войны

Показ остатков древнего вулкана можно сопроводить рассказом об истории и геологии здешних мест и др.

При составлении собственного маршрута учитывайте не только время на прохождение расстояния от одного объекта до другого, но и примерное время, которое займет у вас тот или иной рассказ, а также время на возможные вопросы и ответы. Они обязательно будут!

Все маршруты и экскурсии должны быть безопасными для жизни, здоровья и имущества туристов и окружающей среды. Ниже приведены выдержки из требований специального ГОСТа по безопасности туристов.

ГОСТ 32611-2014 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов» (выдержки)

Область применения

Настоящий стандарт устанавливает требования по обеспечению безопасности жизни, здоровья, имущества туристов при совершении путешествий.

Общие положения

4.1. Туристские услуги и условия их предоставления должны быть безопасными для жизни, здоровья и имущества туристов и окружающей среды.

В процессе оказания туристских услуг необходимо обеспечить приемлемый уровень риска для жизни, здоровья и имущества туристов (экскурсантов) при совершении путешествий.

4.2. Безопасность туристов (экскурсантов) при совершении путешествия распространяется:

- на жизнь, здоровье, личную неприкосновенность туриста (экскурсанта), включая физическое (телесное) и психическое (моральное) состояние, а также частную жизнь;
- имущество туриста (экскурсанта), в т. ч. предметы туристского снаряжения и инвентаря, багаж, предметы личного обихода и другие предметы, которые используются туристом (экскурсантом) во время путешествия.

4.3. Основные факторы, влияющие на безопасность туристов при совершении путешествия, включают в себя:

- географические и природные особенности места пребывания туристов (морская, горная, пустынная местности, климат, наличие специфических животных и насекомых и т. д.);
- культурную, социальную среду временного пребывания, особенности местной пищи,

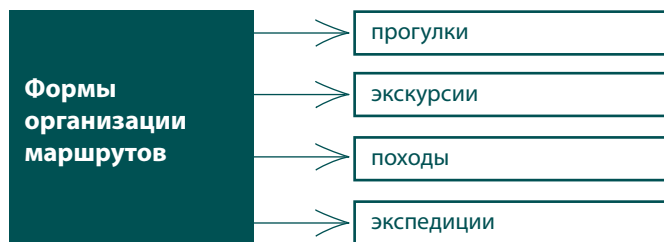
язык, культурные, религиозные и этнические традиции и т. д.;

- особенности видов туристских путешествий (экстремальный туризм, спортивно-оздоровительный туризм и др.);
- уровень качества и безопасности оказываемых услуг;
- соблюдение туристами (экскурсантами) правил личной безопасности, в т. ч. законов, правил и традиций (культурных, религиозных и др.) страны (места) временного пребывания, санитарно-эпидемиологических норм и правил специальных предписаний, указаний и инструкций органов власти, специализированных служб МЧС, сопровождающих гидов и инструкторов-проводников, а также использование средств индивидуальной защиты.

Перечень мер по обеспечению безопасности туристов (экскурсантов) включает:

- информирование туристов об угрозе безопасности в месте временного пребывания;
- информирование туристов (экскурсантов) о возможности страхования жизни и здоровья от несчастных случаев, включая прохождение ими маршрутов, представляющих повышенную опасность, страхование имущества;
- информирование туристов (экскурсантов) о необходимости проведения профилактических медицинских прививок;
- оказание помощи туристам при возникновении чрезвычайных ситуаций и несчастных случаев (неотложная медицинская помощь, предоставление средств связи);
- обеспечение сохранности имущества туристов в стране (месте) временного пребывания (в средствах размещения, во время перевозок туристов и т. д.);
- защиту персональных данных туристов, охрану их чести и достоинства в стране (месте) временного пребывания.

Организация палаточных стоянок



Согласно определению, данному в законе о туристской деятельности в РФ, продолжительность прогулок и экскурсий составляет менее 24 часов (без ночевки). Организация походов и экспедиций предполагает остановки на природе на ночлег.

При **устройстве стоянки (места для ночлега или лагеря)** необходимо учитывать следующие моменты:

- устраивать стоянки и биваки лучше в тех местах, где уже неоднократно останавливались люди. При выборе места исходить из соображений безопасности для туристов, а также следовать правилам поведения в дикой природе;
- устанавливайте палатки на ровных участках (чтобы туристы не скатывались во сне), входом с подветренной стороны;
- желательно устанавливать палатки таким образом, чтобы как можно меньше повреждать растительность, не размещаться на полянах, покрытых мхом. Стойки и колышки для палаток иметь с собой, чтобы не пришлось рубить кустарник для этих целей;
- пищевые отходы нужно сжечь или забрать с собой. При сворачивании стоянки уберите весь мусор. Разлагаясь, он отравляет почву и воду и портит красоту живой природы;
- все пластиковые бутылки и полиэтиленовые пакеты уносите с собой. Пластик нельзя сжи-

гать! При сжигании он выделяет в атмосферу ядовитые вещества, опасные для вас и для всего живого вокруг. Не оставляйте пластик на побережье — ветром его сдует в море, где он будет проглочен чайками, кайрами, нерпами и другими морскими птицами и животными. Большое их количество гибнет именно таким образом.

Правила обращения с водоемами

- Не устраивайте стоянки и костры в непосредственной близости к водоему.
- Нельзя умываться с мылом, стирать и мыть посуду прямо в водоеме. Выберите место в стороне, чтобы мыльная и загрязненная химическим средством вода профильтровывалась через грунт, прежде чем попасть в воду.
- Нельзя выбрасывать в воду пищевые отходы!
- Помните, что водоемы со стоячей водой (непроточные) бывают сильно загрязнены, заботьтесь о безопасности ваших туристов.
- Берегите ваших туристов от неприятностей! Не разрешайте купаться в малоизученных и непроверенных местах.

Правила безопасности в местах обитания диких животных

- Не выбрасывайте пищевые отходы рядом со стоянкой. Тщательно убирайте все продукты на ночь. Запах пищи привлечет медведей (перед запахом сладостей, копченостей, острых приправ, сгущенки медведи особенно не могут устоять).
- Объясните вашим туристам перед походом, что им необходимо отказаться на маршруте от сильно пахнущих предметов гигиены (кремов, ароматических увлажняющих салфеток, дезодорантов, шампуней и др.). Эти запахи

- также очень привлекательны для медведя.
- Расскажите своим туристам заранее о правилах поведении при встрече с крупными дикими животными (лось, медведь, волк, лиса). Нельзя приближаться к ним, т. к. сокращение дистанции воспринимается ими как агрессия, и они могут напасть.
 - Следите за тем, чтобы группа не растягивалась в пути, держите всех в поле вашего зрения. Проинформируйте группу, что отделяться от группы по одиночке очень опасно, лучше делать это по парам (даже если необходимо отойти «в кусты»).
 - При встрече с медведем необходимо спокойно удалиться (если есть возможность, то по направлению, перпендикулярному движению медведя). ЗАПРЕЩАЕТСЯ убегать, делать резкие движения, вести себя агрессивно.
 - Желательно, чтобы медведь заранее слышал о приближении вашей группы!
 - **ПОМНИТЕ! Лучший способ предотвратить конфликт при встрече с медведем — это избежать встречи с ним!**
 - Перед походом, прогулкой желательно дать туристам ознакомиться с буклетами о диких животных и о правилах безопасности. Например: <http://www.kronoki.ru/multimedia/photo/42>. (Данные буклеты издает и распространяет Кроноцкий заповедник).
 - Отправляясь в поход, рекомендуйте гостям надевать максимально плотную, «закрытую» одежду — рубашки с длинным рукавом, брюки, заправленные в носки (исключите шорты и футболки с коротким рукавом).
 - При попадании сока борщевика на кожу или при соприкосновении с растением нужно быстро промыть пораженные участки тела водой с мылом и защищать их от солнечных лучей не меньше двух суток. Для наиболее чувствительных участков кожи в течение последующих месяцев рекомендуется использовать крем от загара. Если сок попал в глаза, их нужно быстро промыть водой и носить солнцезащитные очки также не менее двух суток.
 - Желательно иметь при себе синтомициновую мазь (линимент синтомицина) или пантенол (аэрозоль) на случай появления ожогов от сока борщевика. Проводите все мероприятия, применимые при ожогах кожи.
 - Важно знать и о других опасных и ядовитых растениях и ягодах Камчатского края. Прямую угрозу здоровью и жизни человека представляют: белокрыльник болотный, вех ядовитый (цикута), «волчья ягода», воронец красноплодный, живокость короткошпорцевая, жимолость Шамиссо, лизихитон камчатский, лютик. Найдите эти растения в интернете, изучите сами и подробно расскажите о них вашим гостям.

Правила обращения с растениями в живой природе. Осторожно! Борщевик и другие опасные растения

- Проинформируйте туристов перед выходом о правилах безопасности, защищающих от опасного растения Борщевик Сосновского. Научите распознавать растение и избегать контакта с ним.

Правила сбора ягод и грибов

- Не пользуйтесь «комбайнами» при сборе стелющихся видов лесных ягод, это приводит к повреждению ягодников.
- При сборе ягод с кустарников недопустимо собирать плоды вместе с ветками.
- При сборе ягод и плодов примерно четверть их

оставляйте нетронутыми на кустах, это необходимо для питания птиц и животных, а также для возобновления ягодников.

- Не позволяйте туристам рвать и собирать цветы рододендрона золотистого и камчатского, незабудки, эдельвейсы, сонтраву (первоцвет), примулу, спирею — эти растения находятся на грани исчезновения!
- При сборе грибов ножом можно срезать только грибы на тонких ножках. Трубочатые грибы на толстых ножках (белые, подосиновики) необходимо не срезать, а осторожно выкручивать из почвы, не нарушая грибницу. Если этого не сделать, оставшаяся мясистая часть ножки начнет гнить, поражая гнилью и саму грибницу. На другой год на этом месте грибов уже не будет.
- Если гриб оказался червивым, не бросайте его на землю (там он просто сгниет). Наколите его на ветку, постепенно споры в нем созреют и рассеются по ветру. Грибов будет больше.

Правила обращения с огнем

Как известно, в большинстве случаев в возникновении лесных пожаров виноват человек. Причинами могут быть:

- неправильный выбор места для костра, неправильное устройство кострищ, отсутствие присмотра за костром, неправильная его ликвидация;
- курение в лесу. Брошенный в засушливый период на сухую моховую подстилку окурков, даже если он хорошо (по мнению туриста) затушен, способен сыграть роль фитиля;
- стрельба из охотничьих ружей. Дымящийся ружейный пыж (войлочный или бумажный) при попадании на сухой горючий материал ведет себя подобно брошенному окурку.

Берегите лес от пожара!

Не разводите костры:

- на полянах, покрытых сухой травой, по возможности обложите кострище камнями;
- на сухих торфяниках или покрытых мхом местах;
- под склонами, покрытыми сухой травой (теплый воздух всегда поднимается вверх и при этом как бы «прилипает» к склону);
- среди зарослей кедрового стланика и пихт (они содержат летучие эфирные масла, которые прекрасно горят);
- ближе 10 метров от живых деревьев. Пожара такой костер не вызовет, но живым деревьям может навредить.

Если вы с группой туристов столкнулись с крупным очагом возгорания, необходимо:

1. Немедленно увести группу в ближайший населенный пункт.
2. Сообщить о пожаре местным властям, пожарным, полиции.

Помните, вы несете ответственность за жизнь и здоровье ваших туристов!

Раздел 2.3. Мастер-классы и интерактивные программы



Мастер-класс по изготовлению деревянных лошадок в Шенкурском районе Архангельской области

Еще одной возможностью разнообразить досуг туристов является проведение мастер-классов и разного рода программ, в которых гости могут быть не просто пассивными наблюдателями (как на

обычной экскурсии), но и активными участниками. Такие программы с вовлечением туристов сегодня принято называть интерактивными.

Мастер-класс — передача профессионального опыта от мастера (учителя) ученикам через последовательные выверенные действия, ведущие к заранее обозначенному результату. На практике в туризме мастер-класс — это занятие или серия последовательных занятий по определенному ремеслу, кулинарии, фольклору, традиционному виду хозяйственной деятельности или иной теме, участвуя в котором, туристы под четким руководством мастера за отведенное время получают какой-либо определенный практический навык.

Интерактивная программа — это шоу, инсценировка, представление определенной продолжительности с четко продуманным сценарием, которое показывают туристам, обязательно вовлекая их в действие. В ходе программы туристы также учатся чему-то новому (например, петь местные песни, танцевать кадрили, готовить или сервировать на стол местное блюдо и пр.), а также в ненавязчивой форме получают информацию о локальных традициях, истории, культуре, этнографии, промыслах и ремеслах или иной теме, которой посвящена программа.

Мастер-класс проводит один мастер (при малой группе) и мастер с помощниками (при большой группе). Суть этого мероприятия — в знакомстве с мастерством, талантом, личностью мастера и попытка овладеть какими-то навыками, которые он сможет передать за время мастер-класса. Интерактивная программа — это фактически небольшая любительская театральная постановка, сделанная специально для туристов. В ней обычно участвует несколько человек, у каждого из которых своя роль.

Мастер-класс можно провести и для одного-двух гостей, и для большой группы, тогда как интерактивную программу редко проводят для индивидуальных посетителей. Мы будем рассматривать эти виды мероприятий вместе, т. к. несмотря на эти отличия они объединены общей задачей — научить туриста чему-то новому.

ВАЖНО! Мастер-классы и интерактивные программы особенно актуальны в плохую погоду, в т. ч. для транзитных туристов, которые из-за погоды «застряли» в населенных пунктах. Используйте эту возможность!

Какие бывают темы для мастер-классов и интерактивных программ?

Традиционные ремесла и промыслы

- Плетение рыбацеских сетей
- Резьба по дереву
- Берестоплетение
- Резьба по кости
- Изготовление поделок из местных природных материалов (клык моржа, рог лося, кожа, мох)

- Пошив национальной одежды коренных народов Камчатки: торбасов, кухлянок, малахаев
- Обработка шкур
- Художественная роспись по дереву в разных техниках
- Лозоплетение
- Изготовление традиционных русских кукол из обрезков ткани
- Ткачество
- Вязание и шитье в разных техниках
- Бисероплетение
- Плетение из травы
- Изготовление бубнов
- Гончарное дело и многое другое

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ



Берестоплетение на Русском Севере

На Русском Севере в разных населенных пунктах очень активно практикуются мастер-классы по плетению из бересты. Береста, если она есть в доступе, — хороший и удобный материал для работы с начинающими, как с детьми, так и со взрослыми. Примерно за час под руководством мастера гости могут сделать

простую солонку, ободок на волосы или пояска. Для этого мастер заранее готовит уже нарезанные полоски бересты необходимого размера. Показывает туристам готовые изделия, коротко рассказывает о свойствах бересты, что из нее делали на Руси, почему именно из нее, как заготавливали сырье раньше и как сейчас. Рассказ можно вести параллельно с действием: пока туристы делают свою работу, можно выдавать дополнительную информацию. Мастер последовательно показывает, как сплести полоски между собой, давая после каждого нового действия время на то, чтобы каждый его выполнил. Тем, у кого получается хуже, дает личные консультации, помогает младшим. С собой туристы увозят готовое

изделие и, пользуясь им в дальнейшем, вспоминают мастера и свое путешествие, рассказывают о нем знакомым.

Главное — уделить личное внимание каждому участнику, поэтому рекомендуется не набирать слишком большую группу (лучше не больше 10–12 человек), особенно из детей или новичков. Такие мастер-классы пользуются сегодня большой популярностью.

Гастрономия и кулинария

- Приготовление блинов, вареников, пирогов
- Приготовление каши в русской печи
- Приготовление традиционного национального блюда коренных народов
- Разные способы обработки и приготовления местной рыбы
- Засолка и консервация овощей разными способами
- Приготовление блюд из папоротника, черемши и иных традиционных местных ингредиентов
- Приготовление ухи разными способами и пр.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Гастрономическая программа «Сытный сумеречник», Архангельская область

«В деревнях не завтракали, а обедали, не обедали, а пужнали, не ужинали, а сумерничали... Гастрономический тур «Сытный сумеречник» познакомит вас с традициями Устьянского застолья, фольклорной программой и удивит рыбными и грибными блюдами. Хозяева с удовольствием принимают гостей: веселят былями и небылицами, играют, сытно угощают», — так рассказывают организаторы о своей программе на сайте туристско-информационного центра «Устьяны».

Веселые посиделки с традиционным северным угощением «Сытный сумеречник» занимают примерно 2—3 часа. Как правило, гости приезжают на день (а некоторые и с ночевкой), посещают разные экскурсии, катаются по окрестным деревням, а когда проголодаются, заходят «посумерничать». Программа проводится в большой деревянной избе, где уже накрыт стол, за столом сидят одетые в традиционные русские костюмы деревенские жители. Встречают го-

стей хозяин с хозяйкой. Хозяин на местном диалекте ведет основные разговоры: постепенно, чередуя сказку с былью, знакомит гостей с местом, куда они приехали, с занятиями жителей, с тем, как рыбу ловили, как пироги пекли, какие супы ели и как всей деревней праздники справляли. Периодически поются песни, начинаются танцы. Гости пробуют местные разносолы, узнавая разные подробности о рецептах и кулинарных традициях. Уезжают туристы с ощущением, что побывали в гостях у друзей на домашнем сельском празднике, что давно знают этих людей и эти места, и даже танцевать немного научились. А соленья, варенья и другие сувениры от местных жителей приобретают на память.

Эта программа работает уже несколько лет. В 2017 году она стала частью объединенного двухдневного гастрономического тура «Устьянские вкусоговорки», который включает посещение нескольких соседних деревень, в каждой из которых гостей ждет своя, не менее вкусная программа.

Гастрокультурные мероприятия в Северском районе Краснодарского края



Команда проекта PRO-село-Кубань проводит однодневные гастрокультурные программы разной тематики, которые становятся все более популярны среди жителей Краснодара и его окрестностей. Северский район — место, где живут представители разных народов, и всех объединяет

одно — любовь к вкусной и натуральной пище. На том, чтобы показать гостям района особенности кухни разных народов и фольклорно-игровые традиции этих же народов, и основана идея появления этих программ.

Так, одна из программ с шуточным названием «Гамарджобики»¹, посвящена грузинской кухне и традициям грузинского застолья. Гости пьют вино из настоящего рога, учатся говорить длинные тосты, изучают грузинский язык и танцуют под грузинскую музыку.

Программа «Сидрериум» проходит на «Ферме сидра» — это место, где выращивают яблоки и делают из них слабоалкогольный напиток — сидр. Гости пробуют сами

¹ «Гамарджоба» — «здравствуйте» по-грузински.

отжать яблоки на ручном прессе, знакомятся с процессом производства сидра, узнают рецепты его употребления и дегустируют его со специально подобранными закусками, а также ездят на тракторе в яблоневый сад, танцуют фламенко и поют под испанскую гитару (все-таки изначально родина сидра — Испания).

Подобные программы проводятся на разные темы. Как правило, мероприятие занимает 5—6 часов, в течение которых, четко следуя сценарию, гости узнают новое о культуре страны или народа, которому посвящен праздник, о фольклоре и с большим удовольствием пробуют разные блюда. В работе программы участвует обычно не менее 10 местных жителей.

Этнография: особенности культуры и быта разных народов

- Традиционные обряды и обычаи (свадьба, сватовство и пр.)
- Реконструкция традиционного праздника, к примеру, «Праздник первой рыбы»
- Фольклор
- Реконструкция традиционного жилища коренных народов для туристов и пр.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Эвенское стойбище «Мэнэдек», Камчатский край



В окрестностях Эссо в селе Анавгай реконструировано эвенское стойбище «Мэнэдек». На территории комплекса можно увидеть корякские и эвенские жилища — яранги и юрты, сооружения для хранения одежды и утвари.

Комплекс был создан артистами ансамблей «Орьякан» и «Нургэнэк» совместно с жителями села Анавгай.

Туристов кормят традиционными блюдами (юколой, ухой из лосося, анавгайской шурпой из оленины), поят фиточаем из ягод и местных трав. Гости могут и вовсе остаться пожить в традиционном жилище местных народов. Здесь можно попробовать станцевать народные танцы, узнать

местные сказки и легенды, поучаствовать в реконструированных обрядах.

Для желающих проводятся мастер-классы — плетение из бисера, выделка шкур, резьба по дереву и кости, плетение из бересты, а также экскурсии по окрестностям стойбища. Периодически здесь организуют крупные событийные мероприятия, такие как «Берингия», детский национальный праздник «Дюлин», Праздник первого олененка, эвенский Новый год, Международный день аборигенов.

Природа и ее уникальные особенности

- Геология
- Растения и животные
- Моря и океаны
- Реки и озера
- Горы, вулканы
- Степи, пустыни, леса и иные природные особенности территории

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Интерактивная образовательная программа по геологии «Виштынецкие сокровища гномов», поселок Краснолесье Калининградской области



Виштынецкий экомuseum находится на самом востоке Калининградской области, в Нестеровском районе. Это маленький сельский музей в поселке, где нет и 500 жителей, примерно в 150 км от областного центра (по калининградским меркам — очень далеко). Однако этот поселок и его музей посещают сегодня множество туристических групп из Калининграда и других городов области. Одна из целевых аудиторий экскурсий в музей и поселок — организованные группы школьников.

Специалисты музея, изучавшие геологию этой местности, решили положить ее в основу туристско-образовательной программы для школьников «Виштынецкие сокровища гномов». Программа рассчитана на 3,5 часа и на группы в 15–20 участников. Ее основа — квест-игра, в ходе которой

дети бегают по поселку и ходят по музею, выполняют разные задания, связанные с камнями, изучают минералы — «сокровища гномов», узнавая о них много нового, а в конце получают приз, который забирают с собой — маленький мешочек с камушками. Программа включает и шлифовку минералов, и работу с микроскопом, и поиск камней в мостовой поселка и в старом карьере, и многое другое. Для работы программы специально разработана тетрадь с заданиями, которая выдается каждому участнику.

Уникальность этой программы — в фантазии ее авторов. Валуны и разнообразные минералы есть практически везде, но только в поселке Краснолесье догадались использовать эту природную особенность таким удивительным образом. Сегодня доходы от программы составляют основу бюджета Виштынецкого музея.

Традиционное природопользование, в т. ч. сельское хозяйство, рыболовство и пр.

- Вязание рыболовецких сетей, изготовление руж, мерей
- Особенности оснастки и ловли рыбы на удочку
- Традиционное приготовление рыбных блюд
- Посадка картошки
- Уход за садом и огородом без применения химических удобрений
- Пчеловодство
- Виноградарство
- Выращивание арбузов в теплицах в условиях Камчатки и пр.

О чем следует помнить?

Целевая аудитория

Четко определите заранее, кого вы хотите видеть на вашей программе или мастер-классе: детей, взрослых, какого возраста, новичков или с навыками и пр. Можно исходить из того, какие туристы чаще всего приезжают в ваш поселок или

едут мимо него сегодня. Это поможет вам сделать программу интереснее именно для этой аудитории. Имеет смысл разработать отдельные мастер-классы (разной сложности) для детей и для взрослых.

Мастера и организаторы

Если вы — мастер, работающий в одиночку или с помощниками, четко сформулируйте, что вы умеете лучше всего и что из этого вы сможете продемонстрировать новичкам за короткий промежуток времени. Если вы готовите программу с участием разных людей, соседей, оцените навыки и таланты каждого из них и постарайтесь найти ему ту роль, с которой ему будет проще и комфортнее справляться.

Место проведения и необходимое оборудование

Определитесь с местом для проведения программы и перечнем необходимого оборудования и расходных материалов. Старайтесь начинать с тех мастер-классов, для проведения которых вам требуется минимум вложений. Так вы сможете понять потребности ваших туристов и особенности этой работы и лишь потом начнете вкладываться в более дорогостоящее оборудование. Очень часто бывает, что прекрасный мастер оказывается совсем не силен в работе с людьми: не хватает терпения, чтобы объяснить начинающим элементарные, с его точки зрения, вещи; работа кажется скучной и примитивной; раздражают чужие люди в своей мастерской и пр. Понять, ваше ли это дело, лучше с минимальными затратами.

Расходные материалы

Очень важный момент, о котором часто забывают, — качество и происхождение расходных материалов. Во всем мире сегодня все большее значение имеют аутентичность (подлинность). Старайтесь использовать то, что у вас под рукой, материалы, типичные для вашей местности, то, что использовали ваши предки или хотя бы то, что максимально похоже на аутентичное. Не стоит работать с яркой искусственной синтетикой, привезенной из Китая, а также проводить мастер-классы по экзотическим видам рукоделия, почерпнутым из интернета, которые не имеют никакой связи с местом, где вы живете. Это не тот продукт, который привлечет к вам туристов и удивит их, ведь в городах, из которых они приехали, выбор подобных развлечений точно будет шире и богаче.

Сценарий и хронометраж

Засеките время, за которое необученный человек сможет сделать определенные действия, и четко по этапам просчитайте и распишите программу мастер-класса. Добавьте 10 минут на вводную лекцию и еще 10 — на финальную фотосессию.

Если вы готовите сложную программу, очень полезно не пожалеть времени и прописать ее сценарий практически поминутно, а также прорепетировать заранее, чтобы убедиться, что вы укладываетесь в запланированное время. Если есть возможность, привлекайте к этой работе специалистов, например, из местного

дома культуры — у них есть опыт составления сценариев, и они могут подсказать что-то важное, что вы можете упустить.

Количество участников

Определите, при каком количестве участников вам будет комфортно работать. Оцените, всем ли хватает места рядом с вами, есть ли у вас необходимое оборудование для каждого или, если туристы будут пользоваться им по очереди, сколько человек успеет использовать его за отведенное время так, чтобы другим не успело стать скучно. Опыт показывает, что оптимальный размер группы для того чтобы успеть уделить внимание каждому участнику, — не более 12 человек, но все зависит от содержания вашей деятельности.

Ценообразование

Чтобы определить цену на программу или мастер-класс, подсчитайте стоимость всех расходных материалов и продуктов, которые вы потратите; добавьте оплату работы всех привлеченных лиц; оцените время, которое вам потребуется на подготовку и проведение программы, а также последующую уборку мастерской, определите его стоимость. Сделайте расчет на группу с оптимальным для вас числом участников (к примеру, 12 человек) и с минимальным числом (к примеру, 7 человек). Если группа будет меньше 7 человек, вы сможете работать с ней, только если туристы будут готовы заплатить установленную вами минимальную цену (за семерых).

туристы будут пользоваться им по очереди, сколько человек успеет использовать его за отведенное время так, чтобы другим не успело стать скучно. Опыт показывает, что оптимальный размер группы для того чтобы успеть уделить внимание каждому участнику, — не более 12 человек, но все зависит от содержания вашей деятельности.

ВАЖНО! Если перед началом работы программы вам придется приобрести дорогостоящее оборудование, вам нужно будет постепенно окупить затраты на него, т. е. заложить и их в стоимость мастер-класса. Кроме того, возникнут так называемые амортизационные расходы на ремонт оборудования, которые лучше закладывать одинаковыми суммами в каждый мастер-класс.

Сувенир на память

Очень важно, что туристы заберут с собой после окончания мастер-класса. В конце интерактивной программы неплохо предусмотреть какие-то сувениры. Отнеситесь к этому со всей серьезностью — это та память о вас и о путешествии, которая еще долго будет у людей перед глазами. Важно рассчитать время и сложность работы на мастер-классе так, чтобы за отведенное время даже самый неопытный гость успел доделать изделие до конца, а не забирал с собой «полуфабрикат». Подумайте о том, чтобы вместе с сувениром у гостей остались ваши контакты: это может быть ваш фирменный

штампик на изделии, стильная этикетка с вашими данными и пр.

Юридическое оформление

Если вы — индивидуальный предприниматель, указавший в видах деятельности соответствующие услуги, вы можете работать на патентной системе налогообложения. А именно: приобрести патент на «Изготовление изделий народных художественных промыслов», или «Экскурсионные услуги». Стоимость одного такого патента на одного предпринимателя (без наемных работников) составляет 3 000 рублей в год.

Денежные средства, полученные за реализацию определенной программы экскурсии или мастер-класса, необходимо фиксировать в книге учета доходов индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения на основе патента.

Стоимость изготовленных гостями сувениров (которые они забирают после мастер-класса с собой) целесообразно включать в стоимость мастер-класса, а не продавать сувениры отдельно. В противном случае вам будет необходимо приобрести контрольно-кассовую технику, зарегистрировать ее и применять в точном соответствии с правилами применения ККТ. (Более подробно о правилах регистрации и применения ККТ рассмотрим в главе «Первые шаги. Регистрация индивидуального предпринимателя»).

Сувенирная продукция



Сувенирная продукция — важная составляющая современного туризма. Она может быть дополнением к вашей основной работе (гостевого дома, музея, гида и пр.), но может стать и вашим основным бизнесом. В идеале в каждом населенном пункте, где развивается туризм, со временем должны появиться местные производители уникальной сувенирной продукции, у которых все прочие субъекты туризма будут покупать или брать на реализацию какую-то часть их ассортимента, тем самым вместе создавая для туриста дополнительную возможность получить новые впечатления и оставить больше средств на территории.

Сегодня, когда мы имеем возможность выбирать, что покупать, и этот выбор огромен, требования к качеству сувенирной продукции становятся все более высокими. Конечно, в курортных местах, к примеру

на побережье Черного моря, по-прежнему продается множество стандартных сувениров китайского производства: брелоков, магнитов, кружек и пр. Однако турист, который едет на сельские удаленные природные территории за настоящим и подлинным, едва ли польстится на подобную продукцию. Тем более что ее он может купить где угодно, а сувенир — это то, что напоминает о конкретном месте и конкретных людях. Ваша целевая аудитория — люди, которым действительно важно то, что они увезут с собой: качество этого товара, его происхождение, истории, связанные с его изготовлением. Если вы выбрали сувенирный бизнес, отнеситесь осознанно к формированию ассортимента, ведь некачественный «ширпотреб» может испортить впечатление гостя не только о вас, но и о территории.

Какие бывают сувениры в сельском и экотуризме?

Изделия мастеров-умельцев из местных материалов

- Изделия для декора (подсвечники из коряг, полочки из спилов деревьев, фигурки из веточек, декоративные панно, букеты и веночки из сушеных цветов и пр.)
- Авторские украшения из природных материалов (браслеты, бусы, серьги, кольца и пр.)
- Свечки ручной работы, оформленные веточками, вязанными подсвечниками
- Мыло ручной работы с добавками из местных трав
- Берестяные туеса, солонки, корзинки, ободки, пояса и другое
- Тканевые авторские сумки, лоскутные одеяла, одежда в стиле пэчворк (из лоскутков)
- Изделия из глины, керамика
- Поделки и изделия из кости
- Композиции из рога лося, бивня мамонта и клыка моржа; изделия из кожи, мха; сувениры из ребра морской коровы, уха и уса кита
- Национальная одежда: торбаса, кухлянки, ма-лахаи
- Обувь из продукции оленеводства и др.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ



Соломенные сувениры в Польше

На сельских усадьбах Польши продают фигурки домашних животных, сделанные из соломы местными мастерами. Фигурки бывают разного размера — от 10—15 см до 1,5 м. Они используются для декора помещений,

садовых и дачных участков, загородных домов. Этот сувенир очень нравится туристам, потому что: 1) сделан из местного и очень доступного материала — соломы; 2) долго (годами) сохраняет приятный запах, что особенно радует в условиях городской квартиры; 3) туристы понимают, что, покупая такой сувенир, они точно поддерживают местного, а не китайского производителя; 4) цена изделия получается не очень высокой, т. к. материал дешев, техника изготовления тоже достаточно простая.

Изделия с местной символикой

(типичными животными и растениями, вулканами, легендарными персонажами и др.)

- Фигурки из дерева — кутхи и пеликены
- Фигурки животных, птиц, героев легенд, связанных с данной территорией
- Изделия, выполненные в уникальной местной технике (хохлома, гжель и пр.), и др.

Местные продукты

(запакованные и оформленные сувениры на основе даров леса и продукция местных фермеров)

- Травяные чаи
- Сушеные ягоды, грибы
- Мед и другие продукты пчеловодства
- Варенья и соленья, сухофрукты, приправы
- Рыба во всех видах приготовления
- Сборы лекарственных трав
- Семена местных растений
- Все остальное, что растет в лесу или на огородах, производится из местных продуктов, по традиционным рецептам

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Крем-мед Cocco-Bello из уральской деревни Малый Турыш

Всего несколько лет назад у уральской деревни Малый Турыш, что в 200 км от Екатеринбурга, не было никаких перспектив. В деревне остались одни пенсионеры, рабочих мест



не было совсем. Все шло к тому, что скоро этой деревни не станет.

В 2006 году в Малый Турыш переехала семья Гузель: ее отец перевез туда семейную пасеку и производил мед. Гузель поставила себе задачу сделать на основе обычного меда новый, оригинальный и хорошо продаваемый продукт, производство которого сможет обеспечить работой не только ее семью, но и соседей.

Так был придуман крем-мед с ягодками Соссо-Белло. Гузель привезла в деревню из Германии машину, которая взбивает мед и превращает его в нежную массу. Местные жители собирали в лесу ягоды, а Гузель с семьей пробовали добавлять их в крем-мед, искали нужные пропорции. Получилось вкусно и достаточно необычно, при этом полностью из местных продуктов.

Средства на расширение производства (приобретение сушильных шкафов для ягод, медогонки большого объема, строительство и оборудование производственного цеха) собирали «всем миром» через краудфандинговую платформу Boomstarter¹.

Средства на расширение производства (приобретение сушильных шкафов для ягод, медогонки большого объема, строительство и оборудование производственного цеха) собирали «всем миром» через краудфандинговую платформу Boomstarter¹.

Сегодня проект активно работает. Взбитый мед с ягодами производят круглый год — в зависимости от спроса, от 100 кг в неделю до полтонны. Старую мастерскую, построенную в первый год, переоборудовали в гостевой домик — туда Гузель приглашает экотуристов, которые хотят посмотреть, как делается вкусный продукт. На предприятии в разное время года занято от 6 до 40 человек. Сейчас семья планирует создание местной карамельной фабрики.

¹ <https://boomstarter.ru> — сайт, с помощью которого можно собирать частные пожертвования на проекты, обычно имеющие социальную составляющую. В данном случае Гузель и ее семья говорили о том, что запуск нового производства позволит предотвратить гибель деревни и дать работу большинству местных жителей, что вызвало большой интерес и обеспечило хорошую поддержку проекта. Запросив 150 тысяч рублей, они собрали почти полмиллиона, а попросив в следующий раз полмиллиона, — получили более 650 тысяч рублей.

Продукцию Соссо-Белло, ассортимент которой уже достаточно широк, покупают по всей стране через интернет-магазины. Туристы поехали в Малый Турыш специально, чтобы посмотреть, как все это работает.

Так, фактически из ничего удалось создать не просто оригинальный продуктовый сувенир, но «магнит», притягивающий в никому не известный Малый Турыш людей, местный бренд. И дать работу соседям.

Ряпушка как местный сувенир



Ряпушка — небольшая рыбка, живущая в озерах Русского Севера и Центральной России. Водится она и в Лекшмозере, которое находится в Каргопольском районе Архангельской области и входит в состав Кенозерского национального парка.

Местные жители испокон веков ловят эту вкусную рыбку, солят, коптят в русской печи. В последние годы маленькая баночка с копченой ряпушкой с этикеткой «Дары Кенозерья» стала одним из популярных сувениров парка и этой территории.

По словам местных жителей, гости этот сувенир очень полюбили, заказывают заранее, просят друзей и знакомых привезти им лекшмозерскую ряпушку. Простой, но хороший пример. Важно, конечно, соблюдать все условия и сроки лова, чтобы через непродолжительное время не остаться и без сувениров, и без рыбы.

Открытки, конверты, марки в оригинальном оформлении (можно сразу отправлять с местной почты всем друзьям и родственникам)

Сувениры с просветительской функцией

- Картины местных художников
- Фотографии камчатской природы
- Книги, путеводители о природе, истории, традициях, обычаях и пр.
- «Заповедные» сувениры

«ЗАПОВЕДНЫЕ» СУВЕНИРЫ



Во всем мире особую группу сувениров составляет памятная продукция, изготовленная специально для особо охраняемых природных территорий (заповедников, национальных парков и др.). Эта продукция обычно реализуется в визит-центрах, музеях, сувенирных лавках самих заповедников и связанных с ними партнерских учреждений, на тематических мероприятиях, а также по

всем магазинчикам, гостевым домам, гостиницам, ресторанам и иным объектам туризма, которые расположены на или вблизи территории ООПТ; через местных жителей, туроператоров.

«Заповедные» сувениры могут быть очень разными — все зависит от фантазии конкретных мастеров. Но, как правило, они посвящены либо ярким представителям флоры и фауны заповедника (медведь, лосось и пр.), либо его ключевым природным объектам (вулканы), либо выражают саму идею охраны природы, экологичного образа жизни (к примеру, модные сегодня «экосумки» из ткани, блокноты из вторично переработанной бумаги). Эти сувениры делают либо из вторсырья, либо из натуральных материалов, стараясь не использовать пластик и иные плохо разлагающиеся вещества. Очень часто в них заложена образовательная функция — рассказать о заповеднике через игры, квесты, пазлы, короткие комментарии на этикетке и т. д.

Жителям территорий, расположенных неподалеку от заповедников или национальных парков, имеет смысл рассмотреть эту нишу в первую очередь. Во-первых, большинство туристов, которые проезжают мимо вас, едут в или из ООПТ, т. е. уже нацелены приобрести сувенирную продукцию, которая будет напоминать им о заповеднике. Во-вторых, если ваша продукция будет оригинальна и качественна, заповедник будет рад взять ее на реализацию в своих визит-центрах, для подарков своим организованным туристам и гостям. Вы сразу же получаете большой рынок и серьезного партнера для продвижения результатов своего труда.

В соцсети Facebook есть группа «Сувениры для заповедников и национальных парков» (<https://www.facebook.com/timeofecogifts/?fref=ts>), на которую очень рекомендуется обратить внимание. Там вы найдете много хороших примеров качественной натуральной сувенирной продукции, при этом многие из них достаточно просты в исполнении.

Сувениры для детей и сделанные детьми, а также сувениры в «детском» стиле

- Развивающие игры из природных материалов, к примеру, деревянные пазлы в виде местных животных
- Тряпичные куклы
- Куклы из листьев кукурузы и других материалов
- Погремушки в старинном стиле
- Колокольчики
- Игрушки, в т. ч. деревянные
- Маленькие резные фигурки с местными персонажами и т. п.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Обучающая тарелка из музея



В частном музее «Вальдвинкель» в Полесском районе Калининградской области в качестве детского сувенира хорошо прижилась тарелка. Но не простая, а с алфавитом: есть с русским, а есть с немецким. Казалось бы, что может быть проще? Ребенок, пока ест, выучивает все буквы — и интересно, и полезно. На тарелочке также помещен логотип музея, написано его название, чтобы гости точно не забыли, откуда привезли этот сувенир.

О чем следуем помнить?

Натуральное и аутентичное!

Если вы работаете в сельском или экологическом туризме, никогда не разрешайте себе заниматься продажей безликих стандартных сувениров (бесконечных кружек, брелоков и магнитов), обычно сделанных в Китае по единому шаблону. Себестоимость китайских сувениров будет дешевле всегда — и местная авторская продукция никогда не сможет конкурировать с ними по этому параметру. Но ваша целевая аудитория принципиально иная. Это люди, которым важно, из чего и кем сделана памятная вещь — за ее подлинность, за то, что они могут лично познакомиться с мастером, а то и посетить его мастер-класс, за это они готовы платить больше.

ВАЖНО!

Тот же принцип касается материалов, из которых вы производите сувениры, а также самих технологий их изготовления. Турист, который едет за подлинностью, не станет покупать товары, сделанные из пластика, ярких синтетических нитей, иных чужеродных для данной местности материалов. Ему также неинтересны современные, заимствованные из интернета виды рукоделия и иного творчества. Ведь все это он может найти в городе, откуда приехал, причем значительно в более широком ассортименте. Зачем ему везти эти же вещи издалека? А вот натуральные материалы, вещи, сделанные по традиционным технологиям, которые сохранились именно у вас, связаны символически и исторически с вашей территорией, — это то, что он больше нигде не купит! И только в этом вы можете быть конкурентоспособными.

Связь с территорией

Связь сувенира с территорией — это не просто нужный логотип или фотография, приклеенная на любой товар. Гостю интересны вещи, которые имеют прямую ассоциацию либо с уникальной природой данного места (к примеру, с вулканами), либо с историей, этнографией, обычаями, традициями, людьми, ремеслами. Не пожалейте время на консультации с местными краеведами, историками, биологами и геологами, изучайте литературу — вы узнаете о своей местности много удивительного, даже если прожили здесь всю жизнь. Новые знания натолкнут вас на мысли об оригинальной сувенирной продукции, которая действительно будет непохожа на то, что делают все вокруг.

Ассортимент товаров разной ценовой категории

На начальном этапе, пока вы не представляете в полной мере «портрет» вашего клиента, попробуйте предложить ему разные варианты — так называемую *линейку продукции*. Небольшие, простые в изготовлении и недорогие сувениры, скорее всего, раскупят быстрее. Однако, возможно, вам будет проще долго работать над дорогой вещью и продать ее одному туристу, чем неделями возиться с однотипной «мелочевкой». Попробуйте разные форматы, поэкспериментируйте с ценами, оцените свои затраты на материалы, износ оборудования и время, потраченное на работу. Будьте гибкими, при этом не теряя свое «лицо» мастера. Через некоторое время

вам станет понятно, что покупают лучше, что хуже, и вы сможете расставить приоритеты.

Детские сувениры и безопасность

Товары для детей раскупают, как правило, лучше всего. Особенно если это — развивающие, образовательные игры и методики, что-то полезное и при этом приятное. Но помните, самое главное — это безопасность вашей продукции для ребенка. Обилие мелких деталей, материал изготовления (его экологичность), надежность креплений — все это имеет большое значение. Ваша обязанность — свести к минимуму любой возможный риск, в противном случае возможны крайне неприятные последствия для вашего бизнеса и для вас лично. На любую продукцию, связанную с детством, желательно оформить гигиенический сертификат или декларацию о соответствии стандартам качества и безопасности товара.

Упаковка

Плохая, некачественная упаковка может испортить все впечатление от сувенира. Как и сам товар, упаковка должна быть натуральной, экологичной, не отвлекающей от самого продукта, но подчеркивающей его аутентичность и связь с территорией. Крафтовая, вторично-переработанная бумага, мешковина, натуральные ткани естественных цветов — хорошие варианты упаковки. Не стоит использовать пластиковые бутылки — замените их стеклом. Коробочки под вашу продукцию лучше сделать

картонными, чем пластиковыми, даже если это выйдет дороже. Поверьте, ваши покупатели смогут это оценить.

Если есть возможность обойтись вообще без упаковки — обойдитесь без нее.

Фирменный стиль и этикетки

Современный потребитель хорошо запоминает картинки, поэтому качественная этикетка с вашим логотипом на товаре не повредит. Придумать свой логотип и фирменный стиль (визуальный образ вашей торговой марки) — не так просто, как может показаться. Над этим должны работать профессиональные дизайнеры, поэтому, если есть возможность, постарайтесь проконсультироваться с ними. Хорошо сделанный логотип — не мелочь, он позволит вашим клиентам запоминать и сразу узнавать именно вашу продукцию в ряду аналогов. Особенно актуально это для тех, чья продукция достаточно стандартна (к примеру, мед, травы), может быть сделана в разных регионах разными производителями. Красочная и качественно напечатанная этикетка с вашим логотипом и названием позволит вашей продукции не затеряться на полках с аналогичными сувенирами, когда ваши гости вернутся домой. Не забудьте разместить на этикетке вашу контактную информацию.

Продвижение и продажи

Чтобы официально заниматься производством и продажей сувенирной продук-

ции, необходимо оформить ИП, выбрав соответствующие виды деятельности (ОК-ВЭД). После этого вы сможете заниматься реализацией вашей продукции самостоятельно или через посредников и даже открыть собственный ларек.

Если вы продаете свои сувениры гостям вашего дома в розницу поштучно — вы можете (но не обязаны) оформить сертификат на товар. Но если вы предлагаете свою продукцию оптовикам для дальнейшей реализации через магазины и торговые сети, то декларация соответствия стандартам качества и безопасности понадобится вам обязательно.

При создании уникальной продукции, потребовавшей серьезной разработки и особенного дизайна, желательно запатентовать ваше право на единоличное обладание этой технологией. Таким образом вы обезопасите себя от недобросовестных «последователей», любителей присвоить уже раскрученную идею, про-

изводить и продавать подобный товар.

Помните, что ваша предпринимательская деятельность должна быть законной.

Вы можете продавать сувениры оптом, пользуясь безналичными расчетами через ваш расчетный счет в банке.

Если же вы занимаетесь розничной торговлей за наличный расчет, вы должны приобрести и зарегистрировать должным образом контрольно-кассовую технику (ККТ). Более подробно про применение ККТ сказано в главе о регистрации индивидуального предпринимательства.

ВАЖНО! Еще один из возможных вариантов — продажа вашей продукции через визит-центры и сувенирные лавки Кривошарского заповедника. Это может существенно увеличить ваши продажи и облегчить работу по оформлению документов, но для этого ваша продукция должна быть интересна заповеднику (раздел «Заповедные сувениры»).

Музеи, коллекции и арт-резиденции в сельском туризме



Хата казака в селе Львовское Краснодарского края

Эксперты в туризме используют такое понятие как «экономика впечатлений». Современный турист уже не хочет просто отдыхать — он едет ради получения нового уникального опыта, который отсутствует в его обыденной жизни. И именно за это он готов заплатить намного больше, чем просто за ночлег. Такие люди даже не любят сам термин «турист», а называют себя путешественниками, исследователями и открывателями мира. Они едут к вам затем, чтобы удивляться.

Помимо маршрутов и активных экскурсий хороший способ удивить гостя — пригласить его в свой небольшой музей. Особенно это актуально в плохую погоду.

Музей в селе или в деревне: разве такое бывает?

Поверьте, бывает, и по всей России успешных примеров уже немало. Речь не идет о большом музее с десятком залов. Но мини-музей или коллекцию в одной-двух комнатах частного дома хозяев-энтузиасты вполне могут собрать.

Темы для такого музея или коллекции могут быть самими разными:

- Быт первых переселенцев с материка, русских колонистов на Камчатке.
- Рыболовный промысел и все, что с ним связано (как создавались первые рыболовецкие артели, история Озерновского рыбкомбината, как

раньше ловили, как это делали коренные народы Камчатки, как и что ловят сейчас и пр.).

- Лес и его дары.
- Вулканы и геология.
- Традиции и обычаи коренных жителей полуострова.
- Истории известных людей — уроженцев или выходцев из этих мест.
- Отдельные промыслы и ремесла.
- Личное увлечение (хобби) хозяина.

Выбор темы не ограничен абсолютно ничем, кроме вашего личного интереса к тому, что вы изучаете или собираете. Опыт показывает, что все успешные примеры сельских музеев или экспозиций, которые нравятся посетителям, созданы хозяевами — истинными энтузиастами своего дела. Искреннее увлечение очень заразительно, и гости, раньше не имевшие никакого интереса к тематике музея, увлеченно слушают рассказчика, рассматривают экспонаты. Так и формируется то самое новое впечатление, за которым они приехали.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Частный мини-музей «Старая немецкая школа Вальдвинкель» открылся в поселке Ильичево Полесского района Калининградской области в 2012 году. Ильичево — совсем маленький населенный пункт в два десятка домов, расположенный среди лесов и болот, вне курортной зоны, в стороне от основных автомобильных дорог. Типичная деревня, ка-



ких сотни в этом регионе. Во времена, когда Калининградская область входила в состав Восточной Пруссии, это место называлось «Вальдвинкель».

Один из домов поселка больше 20 лет назад купила семья Инессы Савельевны Н., которая и живет здесь до сих

пор. Дом — немецкий, старинный, но представлял собой практически руины. Половину дома со временем отремонтировали под свое жилье, а вторая половина так и стояла без дела. Стены и крыша на месте, а внутри — пустота. Надо еще сказать, что подобных старых немецких домов в Калининградской области — великое множество.

В немецкие времена в этом доме располагалась народная школа, которая давала местным жителям восьмилетнее образование. В советские годы здесь тоже была школа для детей первых переселенцев из разных регионов, приехавших после войны, в 1946 году, заселять новую для страны область. Школа просуществовала до 1977 года, после чего была закрыта как малокомплектная. А в начале 1990-х этот дом купила семья Инессы Савельевны Н.

Около 20 лет Инесса Савельевна на личном энтузиазме собирала информацию об этом здании. Фиксировала малейшие воспоминания первых переселенцев поселка, учившихся в этой школе полвека назад. На слабом немецком со словарем в руках переписывалась с немцами — бывшими учениками и учителями Вальдвинкеля. Переводила документы, сидела в архивах, собирала старинные немецкие и советские предметы, относящиеся к школьному быту. Делала она это просто для себя, потому что ей было важно собрать историю этого дома. Лелеяла надежду сделать музей, ходила с этой идеей в разные инстанции, но поддержки не находила и уже практически не верила, что получится.

В 2011 году в Полесском районе работал проект в поддержку сельского туризма. Интересные инициативы местных жителей, направленные на развитие туризма, могли получить финансовую и экспертную помощь. Инесса Савельевна, которой было тогда уже 65 лет, сильно переживала и не верила в успех, но все же приняла участие в конкурсе и выиграла. Получила первый совсем небольшой грант, собрала все свои личные накопления и начала ремонт в нежилой части дома. Через год здесь появился музей старой немецкой школы с двумя классами, массой информации о системе школьного образования в Восточной Пруссии, интерактивными уроками «по прусской системе» и множеством интересных мероприятий.

С тех прошло 5 лет. За это время об этом музее узнала вся Калининградская область, слышали о нем и за ее пределами. На протяжении всех этих лет в маленький поселок Ильичево практически каждый день приезжает по несколько больших автобусов со школьниками или туристами, в т. ч. иностранными. Хозяйка зарегистрировала некоммерческую

организацию, стала ее директором; изготовила уникальную линейку музейных сувениров, которые отлично помогают пополнять казну музея; получила престижную премию губернатора Калининградской области «Человек года»; издала книгу и снимает фильм о первых советских переселенцах. Коллекция музея постоянно пополняется. Директор музея постоянно учится сама (а ей уже за 70!) и придумывает новые способы не просто рассказать о той истории, что она теперь хорошо знает, но и сделать посещение музея незабываемым как для детей, так и для взрослых посетителей. Дети играют в ее саду в игры прусских школьников, тренируются писать грифелем на аспидной доске, а взрослые с удовольствием пьют чай с вкусным домашним творогом и пирогами под рассказы хозяйки.

О чем эта история? О том, как всего один сильно увлеченный человек при поддержке семьи сумел воплотить свою мечту, привлечь разные ресурсы и сделать прекрасный востребованный туристический объект. Все получилось именно потому, что хозяйка вкладывает в дело, которое она делает, всю свою душу, силы, энергию и время.

Необязательно сразу замахиваться на целый музей. У вас может быть лишь одна комната или подсобное помещение, посвященное, к примеру, орудиям традиционного промысла или растениям полуострова Камчатка. Если вы коллекционируете что-то, можно и не выделять отдельное помещение, а просто использовать эти предметы в оформлении вашего гостевого дома, кухни или кафе.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Сельская усадьба «Козий двор», Калининградская область



париться в бане и просто отдохнуть от городской суеты.

В том же Полесском районе Калининградской области есть сельская усадьба «Козий двор». Это гостевой дом на хуторе среди леса, где можно переночевать, вкусно покушать, понаблюдать за хозяйскими козочками, по-

Дом — старинный немецкий, и вся усадьба оформлена в немецком стиле. Хозяин Виктор увлекается коллекционированием старинной немецкой утвари, предметов быта — выкупает их на складах металлолома, обменивает у таких же любителей, сам реставрирует и использует в оформлении своего двора, дома, зала, где отдыхают гости. Это его хобби, он занимается им уже много лет для души и готов рассказывать о каждой вещи часами, причем рассказывает интересно. Сначала вещи использовались только в декоре беседки, предбанника и двора, потом постепенно Виктор придумал, как оформить ими весь интерьер тех помещений, где проводят время гости. Некоторые вещи даже подписаны, как в музее, но в целом это не выглядит как музей, который сосредоточен в определенной комнате. Это, скорее, своеобразный стиль гостевого дома, который надолго запоминается, нравится многим туристам и заставляет их возвращаться за особенной атмосферой. Кроме того, это всегда хорошая тема для разговоров. Виктор загадывает гостям загадки, предлагая определить, для чего использовался раньше тот или иной предмет, и это дополнительный источник новой информации для гостей.

К музею можно подойти по-разному, но важно, чтобы вы понимали, зачем вы это делаете, и любили это.

Помимо коллекционирования конкретных предметов и восстановления исторической среды, бывают и иные музеи, суть которых — в сборе информации о чем-то нематериальном.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Музей забытого вкуса «Коломенская пастила», Московская область



старинный рецепт и открыли производство этого продукта. После чего создали музей, где проводят церемонию тради-

В подмосковном городе Коломна есть очень успешный музей забытого вкуса «Коломенская пастила». Он начинался тоже «на ровном месте»: энтузиасты нашли информацию о том, что раньше в Коломне делали пастилу, восстановили

ционного чаепития «по-коломенски»: дамы в кринолинах XIX века в соответствующей обстановке пьют чай из блюдец, читают стихи и показывают короткие театрализованные постановки, цитируя авторов, в произведениях которых есть упоминания о пастиле. Так из истории одного блюда, когда-то выпускавшегося в данной местности, сделан целый бренд, благодаря которому Коломна стала одним из самых популярных туристических центров Подмосковья. Эта же команда проводит фестиваль «Антоновские яблоки», водит пешие и велозскурсии по садам Коломны, придумывает другие мероприятия. Важно, что все они делают акцент на жизнь провинциального города, на его полусельский быт, местные продукты, старину. Такой образ Коломны за 7 лет работы команды стал общеизвестным. И именно он привлекает в город тех туристов, которые хотят окунуться в атмосферу сельского покоя и в русскую историю.

Сейчас это масштабный проект, имеющий очень высокие доходы. Но он хорошо показывает, как можно сделать турпродукт из одного рецепта, и как раскрутить место, если четко выбрать для себя тему и целевую аудиторию и всем вместе работать в одном направлении, не разбрасываясь.

Не стоит думать, что если в вашей местности не сохранилось старинных зданий и предметов быта или нет какой-то ярко выраженной национальной идентичности (как в окрестностях села Эссо, где на национальном колорите коренных народов Камчатки построено множество программ), то думать о музее не имеет смысла. Это не так. Например. В последние годы даже у наших соотечественников все активнее просыпается интерес к советской истории, которая уже плохо известна молодому поколению, а у людей постарше вызывает ностальгические воспоминания. У иностранцев же интерес ко всему «советскому» всегда был, есть он и сейчас. На истории советского периода (работа рыбкомбинатов, колхозов, быт людей того времени, вещи из того периода и пр.) спокойно можно строить интересную экспозицию, если эта тема важна и интересна лично вам, и вы готовы о ней рассказывать.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Советское наследие поселка Поча, Архангельская область



Поселок Поча Плесецкого района Архангельской области входит в состав Кенозерского национального парка. Это поселок советского происхождения (бывший лесозаготовительный пункт), и вся его история ограничена этой эпохой. Именно ее и решили использовать активные жители, чтобы привлечь туристов. Гостевые дома оформили в советском стиле: пригодились кровати с панцирными сетками, шкафы 60-х годов. При поддержке парка жители разрабатывают интерактивные программы «Общее собрание работников лесопункта» и «Взвейтесь кострами», оформляют помещение в доме культуры и готовятся «принимать в пионеры» всех желающих туристов. Кенозерский национальный парк строит в поселке свой информационный центр «Жили, работали, любили», где будет рассказываться именно о советском периоде местной истории. Еще не все планы реализованы, но желающие побывать там туристы уже есть.

И, наконец, все более популярным и прекрасно подходящим для удаленных природных территорий является формат *«арт-резиденции»*. Это пространство для творческих людей (художников, скульпторов, фотографов, видеооператоров и сценаристов), где можно жить некоторое время, творить в подходящей атмосфере, общаться с единомышленниками.

Любям творческих профессий все тяжелее дается активная жизнь в современных городах — для вдохновения им нужна природа и тишина. На Камчатке есть прекрасная возможность сделать ставку на этих людей. Особенно интересно это будет тем хозяевам, кто и сам склонен к творчеству.

Дополнительный плюс в работе с художниками — позитивное влияние на детей, которые, посмотревшись на творческий процесс, начина-

ют пробовать себя в искусстве. Кроме того, арт-резиденты, если разработать для них соответствующую программу, могут поработать и на ваш поселок, оставив после себя, к примеру, уличные скульптуры, необычные элементы оформления дворов, лавочек, мусорных баков и иных элементов благоустройства.

Творческие люди, особенно собранные вместе в соответствующей атмосфере, серьезная сила, которая способна преобразить даже самый унылый ландшафт, внести в него «изюминки», украсить. Место, где вы живете, может стать лучше, благодаря вашим туристам. Работа по организации арт-резиденций требует понимания потребностей творческих людей, может быть нервной и тяжелой, но эффект от нее может вам понравиться. А сделать такое пространство можно фактически где угодно, хоть в большом сарае в вашем дворе, если подойти к нему творчески.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Арт-резиденция «Звизжи», Калужская область



В Калужской области примерно в 200 км от Москвы на берегу реки Угры есть совсем небольшая деревенька — Звизжи. Здесь прекрасная природа (это территория национального парка «Угра»), очень гостеприимные люди и нет никаких производств. В соседней деревне Никола-Ленивец уже много лет подряд живут московские художники, которые проводят фестиваль «Архстояние» — своего рода выставку архитектурных проектов на открытом воздухе. Они создают масштабные архитектурные и скульптурные произведения из природных материалов (лозы, веток, дерева, шишек и пр.), а в качестве «выставочного зала» выступает сама природа. На фестиваль ежегодно съезжаются тысячи зрителей, и место уже завоевало популярность среди творческой публики.

Вот и в Звизжах, неподалеку, несколько лет назад была создана арт-резиденция. Помогали в этом голландские художницы и московские специалисты по управлению культурными проектами. Творческие люди, желающие поработать в спокойном природном окружении, рядом с творческим пространством Никола-Ленивца, могут приехать в резиденцию, остановиться в гостевом доме у местных жителей, питаться в специально для этого открытом сельском кафе и творить. Жители деревни, сначала относившиеся недоверчиво к этой идее, сегодня с интересом общаются с художниками, водят их по окрестностям, помогают в создании ландшафтных объектов, а заодно и сами открывают для себя новые стороны жизни.

О чем следуем помнить при создании своего музея?

Использование термина «музей»

Профессиональные музейщики обычно не любят, когда совсем небольшие частные коллекции «утогов и примусов» называют «музеями», справедливо замечая, что «музей» в точном значении этого слова — это серьезное культурное и научно-просветительское учреждение. Если вы не занимаетесь музейной работой серьезно и профессионально и не хотите столкнуться с критикой специалистов, лучше использовать более мягкие формулировки, к примеру, «частный мини-музей», «частная коллекция», «выставка» и т. п.

Юридическое оформление

Оформить ваш объект юридически как «музей» очень сложно и в большинстве случаев не нужно. Если ваша коллекция является просто декором вашего гостевого дома, никакого специального оформления не требуется. Если же вы планируете

↓
брать с посетителей плату, вам необходимо оформить либо ИП, либо некоммерческую организацию, выбрать вид деятельности (ОКВЭД) «Экскурсионные услуги» и брать деньги именно за вашу экскурсию, а не за сам факт доступа к коллекции.

Логика создания музейной экспозиции

↓
Когда создается музейная экспозиция, имеет значение множество вещей: расположение и подбор предметов, условия хранения (температура, влажность, освещение и пр.), правильные подписи и таблички и многое другое. Очень важно, как вы оформите помещение, сможете ли соблюсти единый стиль, создать атмосферу. Если есть возможность, проконсультируйтесь со специалистами из Кроноцкого заповедника, из музеев Петропавловска-Камчатского. Если такой возможности нет, постарайтесь самостоятельно продумать определенную логику, порядок размещения объектов и знакомства с ними. В интернете сейчас можно найти много

↓
литературы по оформлению музейных экспозиций, по музейному делу в целом.

Экскурсионное сопровождение

Помните, в вашем частном музее главный «экспонат» — это вы. На любые несовершенства экспозиции и несоблюдение правил дизайна ваши гости могут не обратить внимание, если вы сами проведете их по музею и расскажете интересные истории, связанные с коллекцией. Экскурсия в данном случае намного важнее содержания. Отнеситесь к ней серьезно. Просто посмотрев на горы предметов, гости не поймут почти ничего, а послушав ваш рассказ, могут выйти от вас под большим впечатлением. Продумайте заранее, о чем вы будете говорить; засеки-те, сколько времени это у вас занимает; придумайте вопросы, которые вы можете задать гостям по теме музея. Никакой путеводитель никогда не заменит живого общения — в случае сельского музея это особенно актуально.

Фольклор в сельском туризме



Фольклорный ансамбль в северной деревне

Фольклор — это художественное коллективное творчество народа, отражающее его жизнь, воззрения, идеалы, принципы; создаваемые народом и бытующие в народных массах поэзия (предание, песни, частушки, анекдоты, сказки, эпос), народная музыка (песни, инструментальные наигрыши и пьесы), театр (драмы, сатирические пьесы, театр кукол), танец, архитектура, изобразительное и декоративно-прикладное искусство. Носителями фольклора обычно выступают сельские жители.

Важной составляющей сельского туризма является фольклор.

Знакомство с фольклором — один из мотивов путешественников, отправляющихся на сельские удаленные территории. Причем фольклор имеет свойство постоянно изменяться, поэтому туристам может быть интересна не только глубокая старина, но и то, чем живет ваша деревня или поселок се-

годня, какие песни поют жители, как они проводят праздники и т. д.

Если среди вас есть профессионалы или любители, увлекающиеся народной музыкой, танцами, театром, изучением обычаев и обрядов, обязательно привлекайте их к работе с туристами. При этом «торжественные» представления, как в доме культуры — это не то, что ждут туристы от сельско-

го туризма. Им будет намного приятнее, если они попадут на домашние посиделки членов фольклорного ансамбля, где жители будут сидеть за столом, общаться и иногда петць, для себя, искренне, как будто никаких гостей рядом нет. Когда гость оказывается на таком «внутреннем» празднике, это запоминается надолго и часто остается одним из мощнейших впечатлений от поездки.

СОВЕТ!

Проведите «инвентаризацию» творческих людей в своем поселке: выясните, кто из вас поет, кто рисует, у кого какие таланты и хобби. Это обязательно пригодится в работе с туристами.

Событийные мероприятия в сельском туризме



Успенская ярмарка в Кенозерье

Если ваш район не может похвастаться большим турпоток, либо вы хотите привлечь другие категории туристов, есть смысл задуматься о проведении яркого события. Это может быть праздник, фестиваль, ярмарка или иное мероприятие, которое привлечет внимание гостей к вашей территории.

ВАЖНО! Прошло время, когда стандартный праздник, такой как Масленица или День рыбака, привлекали людей. Туристы на таких праздниках бывают редко и то случайно. Событие, которое вы выберете, может быть на любую тему, но оно должно быть уникальным.

Праздник — хороший способ объединить местных жителей, владельцев разных объектов сельского туризма в рамках общего дела. Организовав вместе хотя бы одно мероприятие, вы будете взаимодействовать уже на совершенно новом уровне.

Чтобы придумать и провести свой самобытный праздник, стоит сделать следующее:

Шаг 0. Цель

Сформулируйте, зачем вам это нужно, сколько вас (тех, кому это нужно) и действительно ли вы готовы потратить существенные усилия и ресурсы на подготовку и проведение мероприятия.

ВАЖНО! Фестивали и праздники не работают в чистом виде на продвижение вашего объекта (если только вы не проводите праздник на своей частной территории). Это более масштабное дело, помогающее продвинуть на рынок всю вашу деревню или поселок, весь комплекс объектов и услуг. В перспективе это увеличит поток отдыхающих на каждый из объектов или маршрутов, однако этот эффект может быть не очень быстрым и не сразу очевидным. Некоторые события начинают работать на вас не раньше, чем на третий год при ежегодном проведении.

Зачем нужны события в сельском туризме?

Событие — мощный инструмент продвижения вашей территории как места, куда стоит приезжать туристам. Под яркие праздники обязательно подтягиваются ключевые СМИ региона, телевидение — и делают это бесплатно, им ведь нужен хороший сюжет. В интернете появляются отзывы; число подписчиков соцсетей резко увеличивается. На вас начинают обращать внимание потенциальные партнеры, которые раньше не замечали: от турбизнеса до органов власти. И главное — о вас одновременно узнает огромная масса туристов.

Шаг 1. Тема

Изучите (например, в интернете), какие праздники уже проводятся на сельских территориях в вашем регионе и вообще по стране. Вы найдете множество вариантов: где-то отмечают день огурца, селедки, праздник длинной колбасы, ба-

ранье воскресенье, медовый спас, день варенья, день антоновских яблок и пр. Возможно, какие-то идеи будут вам созвучны.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

День варенья в Дормидонтовке, Хабаровский край



Уже 6 лет подряд в небольшом поселке в Хабаровском крае проводится масштабный праздник — День варенья. Сельские хозяйки соревнуются между собой вареньем, приготовленным по классическим рецептам, своими фирменными сладкими блюдами. А гости — пробуют сладости, покупают баночки, участвуют в культурных мероприятиях.

В 2015 году для мероприятия были заготовлены сотни литров варенья, а в фестивале приняли участие несколько тысяч человек. День варенья благодаря активности местных жителей уже стал своеобразным брендом Вяземского района. Приезжают даже гости из соседнего Китая.

На празднике проводятся конкурсы выпечки блинов на лопате, выступления творческих коллективов, фотовыставки, выставки декоративно-прикладного и художественного творчества и прочие интересные мероприятия.

Шаг 2. Оригинальная идея

Просто копировать даже самый успешный опыт не стоит. Поизучайте историю и традиции вашего населенного пункта, известных людей. Идея праздника может строиться вокруг природного объекта или явления (как День вулкана на Камчатке, «Праздник леса» во Владимирской области), исторического события или старинной ярмарки (например, в Кенозерском национальном парке в Архангельской области возродили традиционную Успенскую

ярмарку), основываться на этнографии (козякский обрядовый праздник «Хололо», ительменский «Алхалалалай»), местных традициях и ремеслах («Праздник топора» в Томской области), локальной кухне и продуктах (фестиваль дикоросов «Там, где растет кутагарник», Праздник первой рыбы на Камчатке, День корюшки в Калининградской области, праздник народной еды «Веселые шкварки» в Краснодарском крае), известной личности (фестиваль «Шолоховская весна» в Ростовской области, «Казачковские чтения» в Онежском Поморье) и пр. Бывают праздники, придуманные без привязки к конкретной территории («День русской лени» в Ярославской области), но вам проще будет работать с мероприятиями, название и суть которых ассоциируется с вашей местностью.

ка — дегустация и демонстрация кухни разных народов и регионов, представители которых сегодня живут рядом, с параллельным погружением в их культуру и традиции. К этому добавился качественный фольклор, народные игры, кулинарные мастер-классы (лепка вареников, засолка капусты и пр.), творческие занятия. В организации и проведении праздника принимает участие более 40 местных жителей, а также гости из других населенных пунктов Краснодарского края.

Шаг 3. Ресурсы

Оцените ваши ресурсы. Кто и что есть у вас в населенном пункте или где-то поблизости для того, чтобы сделать хорошее мероприятие? Это могут быть сильные фольклорные коллективы, художники, фотографы, кулинары, ремесленники, рыбаки и пчеловоды, местные производства. Возьмите за основу то, что местные жители любят и умеют делать.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Праздник народной еды «Веселые шкварки», Краснодарский край



С 2015 года в Северском районе Краснодарского края проводится праздник народной еды «Веселые шкварки». Это гастрономическое и культурное мероприятие нового формата, которое полностью готовят местные жители. В сети по запросу «веселые шкварки» можно найти видео, фотографии и репортажи с этого праздника. В первый год праздник собрал около тысячи гостей, во второй — уже более двух тысяч.

Почему такая идея и такое название? Северский район — это предгорье Кавказа, регион, где сегодня проживает очень смешанное население — потомки казаков, адыгов и других кавказских народов, выходцы из разных регионов России, стран СНГ. А еще это — Кубань, а на Кубани любят вкусно поесть. Из этих вводных и родилась идея праздни-

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Праздник первой рыбы в Камчатском крае



«День первой рыбы» — древний обрядовый праздник коренных жителей Камчатки. Издавна люди отмечали появление первой рыбы в реке. Этот день и сейчас почитают все народы полуострова: ительмены, эвены, коряки, алеуты, для которых рыба остается основным продуктом питания. Это тот самый уникальный ресурс территории, который очень просто превратить в яркое и запоминающееся событие. Ресурс и материальный — сама рыба, и нематериальный — важность темы для местных народов, которая передавалась из поколения в поколение.

На празднике выступают национальные коллективы, проводятся конкурсы, игры. Гостей угощают камчатской ухой. В последнее время праздник украшают показом национальных причесок и национальных костюмов.

Шаг 4. Команда

События не делают в одиночку. Сделать хороший праздник можно только в команде. И чем больше ваших соседей будет вовлечено в процесс подготовки, тем лучше. При этом важно понимать, что зарабатывать на событии в первые разы его проведения вы точно не сможете. Если у вас нет богатого спонсора или заказчика, который готов оплачивать все расходы, вы будете работать бесплатно и еще и вкладывать свои ресурсы. Объясняйте это людям, которых вы зовете в свою команду, и постарайтесь найти тех, кто будет готов полноценно участвовать на таких условиях ради долгосрочной цели.

Соберите основной костяк команды и обсудите все идеи по празднику. Договоритесь о регулярных встречах «организационного комитета». Собирайтесь и обсуждайте все детали как можно чаще.

Шаг 5. Сценарий

Разработайте детальный сценарий мероприятия. По возможности привлекайте профессионалов. Чем четче вы продумаете все детали программы, чем тщательнее составите ее хронометраж, распишете, в какое время, на какой площадке и что будет происходить, тем больше шансов на то, что «первый блин не выйдет комом».

Шаг 6. Дизайн и декор

Продумайте дизайн и декор площадки мероприятия, оформление отдельных элементов. Не стоит брать пример со стандарт-

ных праздников и использовать то, что не подойдет по стилю к вашей теме. Если ваш фестиваль посвящен традиционной культуре или сельской жизни, не нужно возводить ряды из ярко-фиолетовых китайских палаток или использовать современную пластиковую мебель, посуду и пр. Лучше сделать оформление из дерева, плетня, бревен и иных, более естественных материалов. Выработайте единый стиль — он может быть очень простым, недорогим, но он должен быть. Мелочи (сувениры, посуда, подарки, информационные щиты и т. п.) не менее важны.

Не стоит давать всем, кто будет торговать на вашем празднике, возможность оформлять свое пространство по своему усмотрению. Лучше выработать общие требования и соблюдать общий стиль.

Шаг 7. Организация питания

Если вы планируете кормить гостей праздника и продавать местную продукцию, заранее выясните, как относятся к этому ваша администрация и Роспотребнадзор. Из практики — если праздник проводится на муниципальной земле, требования к соблюдению всех формальностей будут жестче, чем если делать его на частной территории.

ВАЖНО! Если местный житель (ЛПХ) реализует выращенную на своем участке продукцию, он должен:

- иметь справку, что у вас в собственности есть земля категории ЛПХ (берется в сельской администрации);
- иметь заключение от лаборатории, которая ровет все необходимые тесты и экспертизы на безопасность ваших продуктов (такие лаборатории, как правило, есть в наличии при всех местных рынках).

ВАЖНО! Одни и те же продукты, обработанные разным способом (к примеру: свежие овощи, консервированные овощи, салат из овощей и пр.) — это разные категории товаров. На каждую категорию необходимо получать отдельное заключение соответствия качества и безопасности пищевых продуктов.

Если местный житель, в т. ч. имеющий землю категории ЛПХ, планирует готовить на ярмарке (даже из своих продуктов) и продавать готовую еду, то, с формальной точки зрения, это — предпринимательская деятельность по «организации общественного питания», а значит, у вас должно быть оформлено ИП по этому направлению, должны быть декларации соответствия стандартам качества продукции. На практике — местная администрация может иметь собственный взгляд на этот вопрос. Если ваше мероприятие будет им интересно, или вы станете партнерами, то условия питания гостей на фестивале могут быть более мягкими и гибкими. За более подробными рекомендациями стоит обратиться сначала к ним.

Шаг 8. Продвижение

Подумайте о продвижении мероприятия заранее. Если есть возможность поручить эту работу специалисту (возможно, волонтеру), лучше это сделать, потому что заниматься и организацией, и продвижением одновременно практически невозможно.

Рассказывать о событии важно как до мероприятия (чтобы привлечь гостей), так и во время (прямые трансляции, репортажи онлайн в прямом эфире) и после. Часто организаторы так устают, что считают свою работу выполненной в момент окончания праздника. Но в ваших интересах сделать все возможное, чтобы «позитивный шум» от

вашего события длился как можно громче. После праздника не поленитесь написать пресс-релиз (короткий, но эмоциональный текст о том, что и как происходило) и разослать его по всем СМИ, с которыми у вас есть контакты. Обязательно повесьте фото- и видеоотчеты на своем сайте и в социальных сетях; отслеживайте и копируйте хорошие отзывы, просите всех, кто был, написать о своих впечатлениях в соцсетях. На следующий год, если вы решитесь повторить праздник, эти усилия дадут о себе знать

Как продвигать мероприятие?

Самый простой и дешевый способ — социальные сети

Фейсбук и ВКонтакте позволяют создать отдельное мероприятие, пригласить туда ваших друзей и регулярно наполнять это событие привлекательной информацией. Рекомендуется делать минимум один-два поста в день, постепенно погружая читателя в атмосферу будущего праздника. Вешайте фотографии места, окрестностей, описывайте приглашенные коллективы, гостей (можно повесить видео с их предыдущих выступлений), рассказывайте, какие блюда можно будет попробовать и чем заняться. Обязательно попросите всех участников, гостей и партнеров мероприятия распространить вашу информацию через свои группы, страницы и личные аккаунты.

Листовки, флаеры, доски объявлений

Подойдут для информирования местных жителей и жителей соседних населенных пунктов, районного центра о событии.

Объявления можно размещать на специальных досках, витринах магазинов и ключевых мест, где

собирается народ. Постарайтесь сделать их красивыми и в той же стилистике, что и ваш будущий праздник.

Региональные и местные СМИ

Если у вас есть контакты с региональными СМИ, обязательно разошлите им информацию о празднике. Если нет — постарайтесь сделать это через тех, у кого они есть, — партнеров в городах, администрацию, учреждения культуры и др. Материалы об уникальных событиях практически всегда и все готовы размещать бесплатно — важно только донести информацию до нужного человека.

Ваши партнеры

Всем партнерам, с которыми вы работаете (турфирмы, особо охраняемые природные территории, крупные музеи, администрация и пр.), обязательно раздайте заранее по пачке небольших и недорогих флаеров о мероприятии. Они могут распространять их сами или просто разместить у себя на информационных стойках.

Информационные щиты, баннеры-растяжки

Будут особенно актуальны у оживленных трасс, если они ведут в ваш населенный пункт или проходят неподалеку. Лучше повесить их заранее (за неделю—две до события), чтобы люди, которые часто ездят мимо, могли увидеть информацию и запланировать поездку к вам.

ВАЖНО! *Никогда заранее не обещайте того, что вы не можете выполнить. Если к вам придет один районный коллектив, не пишите, что будет пять из столицы. Лучше пообещать меньше, и тогда люди получают дополнительный сюрприз и позитивные эмоции, чем не оправдать их ожидания и нарваться на негативные отзывы.*

Шаг 9. Логистика

Сделайте все для того, чтобы людям было удобно добираться к вам на праздник. Если нет возможности организовать доставку из ближайших городов, то хотя бы четко обозначьте на карте место проведения мероприятия, подготовьте подробное описание «как добраться» и разместите его на всех ваших ресурсах. Постарайтесь повесить баннеры или поставить указатели на ключевых трассах и поворотах, в тех местах, где неместный гость может заблудиться. Оставьте контакты для связи для тех, кто все-таки заблудится

Шаг 10. Регулярность

Начиная работу над событием, подумайте, готовы ли вы сделать его регулярным. Для масштабных праздников достаточно ежегодного повтора, тогда как более скромные события можно повторять и чаще. В любом случае регулярное событие в долгосрочной перспективе будет работать на вас гораздо лучше, чем разовое. Ведь усилия, которые вы потратите на проведение первого или второго мероприятия, будут одинаковы, а известность события будет накапливаться лавинообразно, с каждым повтором праздника. Первые годы вы будете работать на событие, в дальнейшем оно станет работать на вас — и финансово в том числе.

Шаг 11. Финансирование

Составьте детальную смету мероприятия и определите, что вам необходимо (деньги, иные ресурсы) для его проведения.

Подумайте, что из того, что вам необходимо, у вас уже есть или можно получить без денег. Это кажется странным, но опыт показывает, что, если внимательно проанализировать все имеющиеся в вашем распоряжении (у ваших соседей, односельчан, всех партнеров, администрации и пр.) ресурсы (доступ к стройматериалам, предметы для декора, активные люди и пр.), может оказаться, что покупать и оплачивать нужно не так уж и много.

Определите, из каких источников вы будете финансировать то, на что все-таки нужны деньги.

Возможные источники финансирования фестивалей и праздников

Средства организаторов и всех привлеченных партнеров

Партнеры, работающие на вашей территории, особенно «крупные игроки» (заповедники и национальные парки, федеральные и региональные музеи, гостиницы или базы отдыха, рестораны и кафе, гиды, парки развлечений и пр.) заинтересованы в том, чтобы привлекать новых туристов через проведение ярких и уникальных праздников. Как правило, чем опытнее организация или предприниматель, тем лучше они понимают, что вложение в событие окупится сторицей, пусть даже не в первый год. К тому же у них могут быть неденежные ресурсы, в т. ч. рабочие руки, которые вы сможете задействовать при подготовке праздника. Не стесняйтесь обращаться к ним за поддержкой.

Средства спонсоров

Это очень хороший и устойчивый (стабильный) источник, но рассчитывать на него всерьез обычно можно не раньше, чем на третий год проведения мероприятия. Как только у вашего события сформиру-

ется положительная репутация, спонсоры из числа бизнес-компаний, предприниматели будут понимать смысл поддерживать вас финансами. Ведь вы собираете большую и нужную им аудиторию. К примеру, производители снаряжения для активного туризма (палатки, спальники и пр.) могут не только помочь вам оформить площадку мероприятия и обеспечить призами победителей конкурсов, но и вложиться деньгами, если увидят, что к вам приезжает много туристов-походников, которые являются их потенциальными клиентами. От вас потребуется четко понять, какие люди к вам едут, и, соответственно, каким фирмам вы можете быть интересны. Сформулируйте предложение о спонсорстве, в котором продумайте и пропишите обеспечение достойной рекламы вашему спонсору.

Плата за участие

С участников, которые будут торговать своей продукцией, можно брать плату за участие. В этом случае важно продумать заранее различные варианты участия и их стоимость (размер площадки, нужно ли подключение к электричеству, нужно ли ваше оборудование и пр.), сформировать пакет предложений и подумать, кому вы можете их разослать. Обычно это «точечная» работа, которая проводится индивидуально с каждой компанией или предпринимателем.

При получении любых денежных средств (от спонсоров или платных участников) важно действовать в рамках законного предпринимательства. Каждый взнос необходимо проводить официально по договору взаимного оказания услуг.

ВАЖНО! Рассчитывать на серьезный вклад спонсоров и платных участников при проведении самого первого праздника не стоит. Однако вполне реально добиться окупаемости на второй или третий год и даже прилично зарабатывать в дальнейшем.

Сбор частных пожертвований — краудфандинг

Это пока не очень популярный способ, но он может быть вам полезен. В России за последние годы

появилось несколько площадок (сайтов в интернете), с помощью которых вы можете объявить сбор средств с частных лиц «с миру по нитке», чтобы помочь тем проектам, которые им кажутся важными. Так сейчас собирают деньги на социальные проекты (помощь детям, инвалидам, животным и пр.), издание книг и выпуск фильмов, а также проведение всевозможных мероприятий. Это явление называется иностранным словом «краудфандинг», что дословно переводится как «коллективное финансирование».

Самые популярные сайты для сбора пожертвований сегодня: planeta.ru и boomstarter.ru. На сайтах вы найдете подробные инструкции о том, как создать свою страничку, описать ваш проект, как потом получить собранные средства и пр. Работа по сбору средств потребует от вас существенных усилий, поэтому лучше, чтобы этим занимался отдельный член вашей команды, обладающий хорошими навыками работы в социальных сетях. Конкуренция на сайтах большая, поэтому получают запрошенные средства лишь те проекты, которые описаны так, чтобы люди со стороны, не знакомые с вами и вашей территорией, поняли, насколько это важно, уникально и интересно. Посмотрите, как это делают другие, успешные проекты.

Гранты и субсидии

Сегодня существуют возможности для получения целевого финансирования (грантов, субсидий) от государства либо от частных благотворительных фондов на различные социально-культурные проек-

ты, в т. ч. на проведение фестивалей и праздников в сельской местности. Их раздают на конкурсной основе. Чтобы поучаствовать в конкурсе, необходимо подать проект и комплект документов, который запрашивает конкретный грантодатель. Особенность грантов в том, что их практически никогда не дают физическим лицам и никогда не дают предпринимателям, коммерческим компаниям. Подать заявку на конкурс может либо некоммерческая организация, либо (реже) учреждение культуры, образования, муниципалитет, заповедник или национальный парк. Т. е. прежде чем думать всерьез на эту тему, вам необходимо заручиться партнерством подобных организаций, работающих на вашей территории или хотя бы в вашем регионе. Грантовые средства не нужно возвращать, но вы обязаны истратить их именно на то, на что вам их выделили, и быть готовым отчитаться за каждую полученную копейку как копиями финансовых документов, так и смысловым содержанием.

События — очень хороший повод привлечь туристов, а также эффективный механизм продвижения для всех объектов и программ в сельском туризме. События — это сложно, порой затратно и требует объединения с другими объектами и партнерами. Но эти усилия стоят тех результатов, которые вы получите! Возможно, со временем вы обязательно придете к тому, что события вам нужны. И они позволят вам выйти на качественно новый уровень.

Глава 3. Маркетинг в сельском туризме



Организованный тур на Камчатке

Суть слова «маркетинг» состоит из двух понятных составляющих:

1. Создание турпродукта, удовлетворяющего по цене и качеству запросам (потребностям) целевой аудитории.
2. Продвижение этого турпродукта к потребителю до его продажи.

В нашем случае «целевая аудитория» и «потребитель» — это туристы, путешествующие в сельскую местность.

Маркетинг

=

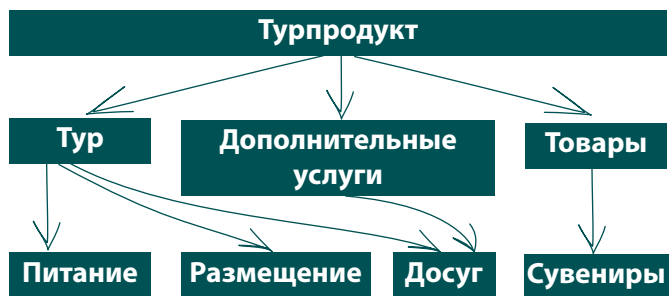
Создание турпродукта,
ценообразование,
продвижение

Что такое турпродукт?

Турпродукт (туристский продукт) — комплекс услуг, работ, товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туриста в период его путешествия, отдыха.

Турпродукт состоит из трех элементов: тур, дополнительные туристско-экскурсионные услуги, товары.

Тур — первичная единица туристского продукта, реализуемая покупателю как единое целое. Обычно тур состоит из следующих компонентов: питание, размещение и досуг.



При этом конкретно вашим продуктом может быть, например, только организация досуга. В таком случае вопросы питания и размещения берет на себя какой-то ваш партнер по бизнесу. Это может быть гостевой дом вашего соседа, или вы можете сотрудничать с гостиницей, которой предлагаете набор развлечений для ее отдыхающих.

Таким образом, турпродукт — это и есть ваше предложение туристам. Это то, что именно вы им предлагаете, в каком объеме и по какой цене.

Начиная свой бизнес, важно грамотно подойти к вопросам создания своего турпродукта, его стоимости и его продвижения к покупателю-туристу. Комплекс этих действий и называется единым словом — маркетинг.

Что следует знать при создании турпродукта?

Принимая решение о формировании своего предложения в сфере туризма, ставку делают на удовлетворение желаний и потребностей клиентов. Т. е. четко определяют, какой продукт будет действительно интересен туристу настолько, что он его оплатит.

Во-первых, одной из ключевых потребностей путешествующего туриста является **получение новых впечатлений**.

Начните с изучения, с поиска достопримечательностей своего района. Нужна некая «фишка», благодаря которой ваше предложение вызовет интерес. Это могут быть:

- природа и окружающие ландшафты (наличие минигейзеров, вулканов и своеобразной почвы Камчатского края заведомо является фактором, притягивающим туристов из других регионов);
- изобилие рыбы в речке или озере, грибов и ягод в лесу, наличие такого «необычного» для гостей региона растения, как папоротник;
- сохранившиеся традиции (например, где-то по-прежнему пекут в печи хлеб, делают деревянные лодки-карбасы, плетут из бересты, вырезают причудливые фигурки из дерева и кости, воплощающие в себе образы мифологии и эпоса народов Камчатского края). Интересны ремесла коренных малочисленных народов Камчатки (например, ительменское плетение из травы, прочие народные ремесла). Особенно интересны туристам так называемые «мастер-классы», это возможность поучаствовать в процессе изготовления этих изделий, «попробовать себя».

Обратите внимание на местные вековые легенды, предания, на события древних или недавних времен.

Оглянитесь по сторонам, попробуйте посмотреть на ваш поселок глазами приезжего человека. Приезжему интересно все! Не стоит бояться старых построек и груды хлама за поселком. Старые постройки тоже интересны, а на хлам турист может и не обратить внимание, т. к. хлам он видит и у себя на своей малой родине, а здесь его привлечет что-то, свойственное только вашей местности. Термальные поля за поселком приезжий турист воспримет как «мини-Долину гейзеров».

Интересны рыбацкие домики, теплицы, отапливаемые горячей водой из скважин, выращиваемые в этих условиях розы, виноград, арбузы.

Особенно интересна история возникновения поселков и происхождение их названий.

Сопки, скалы, белые пемзовые обнажения реки, «белые водопады» и Паужетская геотермальная станция, первая в СССР — великолепные объекты показа, достойные отдельных экскурсий. Такого не увидишь в других регионах!

Подумайте, что можно посмотреть на побережье. Корабли, заливы, нерест лосося, нерпу — это снова то, чего нет в других краях. А значит — это можно и нужно показывать, и эти показы будут востребованы.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Дом со львом и водяная мельница в селе Лох, Саратовская область



На севере Саратовской области в 2009 году был обнаружен крестьянский дом с расписным интерьером начала XX века. Всего-навсего дом в обычном селе Поповка (600 жителей), ранее ничем не привлекавшем туристов.

Однако обнаружившие дом искусствоведы понимали его ценность — расписных крестьянских домов такой площади и такой сохранности в России не так уж и много.

Из этого весьма скромного, на первый взгляд, объекта, к тому же находившегося в достаточно плачевном состоянии, энтузиасты сделали музей народной монументальной живописи. Выиграли несколько грантов, сделали экспозицию, начали сбор частных пожертвований на дорогостоящую реконструкцию дома. Рядом построен современный культурный центр, где проходят различные образовательные и культурные мероприятия для местных жителей и гостей, а также можно остановиться на ночлег. Постепенно, благодаря активной работе команды, слава о доме разошлась по России. Сейчас в Поповку регулярно приезжают туристы из Москвы, Санкт-Петербурга, Саратова и других городов. Жители Поповки включаются в работу с туристами и начинают получать от этого дополнительный доход. А началось все практически на ровном месте — важно было лишь увидеть тот центральный объект, на который дальше, как на ниточку, «нанизать» весь турпродукт.

Успешные проекты вдохновляют и соседей. Не очень далеко от Поповки в селе Лох семья переехавших в деревню горожан-энтузиастов инициировала восстановление старинной водяной мельницы, которая уже практически разваливалась. Мотив был тот же — сохранить объект, подобных которому уже практически не осталось, хотя когда-то подобные мельницы были почти в каждом большом селе. В результате мельницу восстановили, гранты выиграли, в селе Лох появилась туристическая навигация, гостевые дома, свои экскурсоводы и, конечно, туристы.

Во-вторых, вы должны позаботиться о размещении и питании туристов. Они могут проживать в соседней гостинице, либо вы можете обустроить собственный гостевой дом (комнату, баню, сеновал, чердак — на каждое ваше предложение найдется спрос). Оборудовать уютную беседку, место на участке для кострища и шашлыков — это несложно и недорого. Поговорите с соседями, подумайте, с кем из них вы будете взаимодействовать — у кого можно будет купить молоко, свежие яйца, рыбу, мед, взять напрокат лодку или лошадь.

Для формирования турпродукта необходимо:

Выявить потенциал для развития сельского туризма в своей местности

Оценить свои ресурсы (возможности)

Провести детальное планирование своих предложений по организации досуга (куда и как вы будете водить туристов)

Проработать вопросы проживания и питания туристов

Выявить аспекты ценообразования на предоставляемые услуги

Описать и посчитать собственный турпродукт

Ценообразование

Правильный просчет собственного турпродукта является важнейшей задачей, которая стоит перед хозяевами, организаторами отдыха на селе. Наиболее типичные ошибки в ценообразовании связаны с чрезмерным завышением или, наоборот, занижением цены. Занижение цены может привести к неудаче во всем бизнесе, даже тогда, когда все элементы, составляющие турпродукт, функционируют нормально. При завышении цен вы будете терять потенциальных клиентов. Важно установить самые оптимальные цены.

Основные методы установления цен на рынке сельского туризма:

Методы установления цены

На основе расходов

На основе спроса и отношения вашего потребителя к цене

На основе цены на аналогичные услуги (метод подражания лидеру)

Из практики — чаще всего предприниматели используют не один, а два или даже все три метода для более точного установления собственной цены. Рассмотрим каждый из них.

1. Ценообразование на основе расходов.

Это самый простой метод установления цены — «расходы плюс прибыль», которая означает добавление стандартной надбавки к расходам.

Этот метод ориентируется на расходы производства. Он подойдет производителям сувенирной продукции и при оценке стоимости мастер-класса, т. е. там, где расходы понятны и имеют четко выраженную стоимость (затраты на оборудование, материалы для сувениров, расходные материалы для мастер-классов). Также этот метод подходит, если вы обслуживаете группы пеших туристов с палатками и ночевками на пути следования. Тут вы тоже сможете детально посчитать свои расходы на общее снаряжение, продукты питания, остановки, связь и т. д.

Однако, например, владельцами жилищ этот метод используется редко, поскольку не все владельцы проводят тщательный учет расходов, связанных со своим собственным домом и деятельностью по организации отдыха в нем.

При определении себестоимости турпродукта учитываются следующие аспекты:

Расходы на прямые закупки

Текущие расходы на разработку и реализацию услуг туризма, в т. ч. выплаты партнерам (соседям), участвующим в реализации вашего турпродукта

Расходы на рекламу

Прямые и косвенные налоги

Административные расходы (в т. ч. платежи за декларацию соответствия продуктов питания)

Амортизация оборудования и оснащения

Коммунальные услуги, электроэнергия, связь, содержание помещения (уборка, охрана, ремонт)

Комиссионное вознаграждение турагента (если вы работаете через турфирму)

Если вы гид-проводник, вложились в изучение иностранного языка, начали водить группы иностранцев — ваша цена за экскурсию становится закономерно выше за счет включения в себестоимость расходов на обучение.

В цену сувенира или мастер-класса не забывайте закладывать стоимость собственного времени, затраченного на процесс

2. Ценообразование на основе спроса и отношения к цене вашей категории туристов.

На такое ценообразование влияют несколько разных факторов, как внутренних, так и внешних.

Например, вы водите контингент «элитных» туристов, имеете соответствующее дорогое оборудование, ваш продукт эксклюзивен. Вы выставяете высокую цену, т. к. знаете, что «ваш» турист будет готов ее заплатить.

Если вы водите группы туристов класса «эконом», то и отношение к цене у этой группы будет соответствующим.

Каждая цена, которую устанавливает владелец, ведет к разному уровню спроса. В стандартном слу-

чае спрос и цена связаны между собой: чем выше цена, тем меньше спрос, чем ниже цена, тем выше спрос, больше отдыхающих. Но на практике так бывает не всегда. И на цену, и на численность туристов могут влиять и другие факторы: экономический кризис (он может вынуждать туристов отказываться от дорогих гостиниц, предпочитая более дешевый частный сектор); мода на «экотуризм» и активный отдых; популярность местности, региона.

Например, популярность острова Соловки (Белое море) столь велика, что в летний период самостоятельные туристы часто сталкиваются с трудностями размещения. Соответственно, стоимость проживания в частном секторе, зачастую даже при очень низком качестве сервиса, становится неадекватно завышенной. К сожалению, такие примеры оставляют негативное впечатление у туристов от региона в целом.

Прекрасным ценовым регулятором выступает наличие или отсутствие конкурентов.

Например, стоимость перевозки одного автомобиля частным паромом в Тверской области стоит 400 рублей, а аналогичная перевозка паромом на Онежском полуострове стоит 4 000 рублей.

Или, предположим, вы являетесь инструктором по скалолазанию и водите подготовленные группы на уникальный скальный объект — ваше предложение эксклюзивно, вы не имеете конкурентов, и ваша цена за услугу может быть ограничена только здравым смыслом и кошельком потребителей ваших услуг. Если же ваш турпродукт — пешая прогулка по окрестностям поселка, то его цена не может быть высокой, она будет складываться только из стоимости затраченного вами времени и сложности (качества) экскурсии, которую вы проводите по пути.

3. Ценообразование на основе цены на аналогичные услуги (метод подражания лидеру).

При этом методе проводится предварительный анализ, какие цены существуют в данной местности на аналогичные услуги. Далее учитываются различия в качестве предоставляемых услуг, любые иные нюансы сравнительного характера, после чего формируется собственная цена.

Например: ваш сосед давно принимает туристов, сдает гостевые комнаты за 2 000 рублей с человека, при этом у него новая мебель, хорошо обустроенный санузел и оборудованы места для отдыха во дворе (мангал и детская площадка). Ваша задача — оценить свои ресурсы, уровень готовности и комфорта ваших гостевых комнат, далее методом сравнения вычислить достоинства и недостатки вашего предложения относительно предложения вашего соседа и установить собственную цену.

Есть еще такое понятие как «ценообразование выхода на рынок». Метод предполагает установление цены ниже существующей на рынке аналогичных услуг. Используется обычно для вывода нового турпродукта на рынок. Обычно этим методом пользуются, когда только начинают «прощупывать» спрос, налаживают отношения с новыми партнерами. Этот метод позволяет привлечь туристов на начальном этапе. А со временем владелец повышает цены, когда уже имеет достаточное число клиентов.

В стратегии ценового регулирования обычно входят и средства стимулирования продаж, такие как:

- Предоставление скидок с объявленных цен за раннее бронирование маршрута или проживание.
- Бесплатное обслуживание в течение дополнительных одного-двух дней в случае, если турист

купил очень дорогой или очень продолжительный турпродукт.

- Включение в обслуживание некоторых дополнительных услуг без оплаты.
- Бесплатное обслуживание для организатора, который сам собрал и привез к вам большую группу отдыхающих.
- «Сувенир в подарок» и оказание особенного внимания своим постоянным клиентам.
- «Сезонные скидки» — снижение цены для тех отдыхающих, которые прибыли к вам не в сезон. Такие скидки позволяют удерживать относительно стойкий спрос в течение целого года.

Считаем на примере.

Формирование турпродукта и расчет его стоимости

Предположим, вы проделали всю предварительную работу, а именно:

- проанализировали потенциал для развития сельского туризма в вашей местности;
- оценили свои ресурсы (возможности);
- провели детальное планирование своих предложений по организации досуга, куда и как вы будете водить туристов;
- проработали вопросы проживания и питания туристов;
- рассмотрели вопросы ценообразования на предоставляемые услуги и создали следующий турпродукт:

Трехдневный тур для пяти человек в поселке «N» с проживанием, питанием и досугом.

В программе:

- экскурсия по поселку, выход к морю;
- пеший маршрут на «Каменный городок»;
- купание в термальных источниках;
- велосипедный маршрут и экскурсия к геотермальной станции.

Внимание! Все приведенные примеры и стоимости УСЛОВНЫ! Данные приведены в качестве примера, а не для руководства к действию.

Начинаем прописывать детали тура:

Время	Деятельность
Первый день	
10.00	Встреча туристов, размещение в двух гостевых комнатах, знакомство с домом, хозяевами, правилами проживания
11.00—13.00	Двухчасовая прогулка по поселку с экскурсией, осмотром достопримечательностей, с выходом на берег моря
13.00—14.00	Возвращение домой, обед
14.00—15.00	Послеобеденный отдых
15.30—18.00	Посещение мастера по плетению из бересты, мастер-класс, угощение чаем, полдник, покупка сувениров мастера
18.00—20.00	Возвращение домой, свободное время
20.00—21.00	Совместный ужин с хозяевами, общение
22.00—23.00	Сон (проживание в доме с хозяевами)
Второй день	
8.00—9.00	Завтрак
9.00	Выход на маршрут на «Каменный городок» с услугами стороннего гида-проводника
13.00	Обед на привале (устраивает гид-проводник)
14.00—18.00	Продолжение маршрута
19.00	Возвращение в гостевой дом
20.00	Совместный ужин с хозяевами, общение
22.00—23.00	Сон (проживание в доме с хозяевами)
Третий день	
8.00—9.00	Завтрак
9.00	Выезд на веломаршрут и экскурсию к геотермальной станции
13.00	Обед на привале
16.00	Возвращение в гостевой дом
17.00	Купание в термальных источниках
18.00	Ужин, завершение программы

Предполагаем, что:

Туристы размещаются у вас, в ваших гостевых комнатах	Цена проживания в вашем гостевом доме составляет 1 000 рублей на человека, всего 5 000 рублей за ночь за 5 человек
Питание: • обедаете в первый день дома, а два следующих дня — в пути «на привале»	Завтрак и ужин по 300 рублей с человека, обед дома 400 рублей с человека, обед на привале — 300 рублей с человека. При этом определим ваши затраты на продукты как половину стоимости питания
Экскурсию по поселку проводите вы сами	Цену экскурсии определяем в 1 000 рублей за два часа или по 200 рублей с человека

На мастер-класс с чаепитием ведете туристов к мастеру, оплачиваете ему стоимость мастер-класса для пяти человек и стоимость чая с пирожками	О цене его предложения стоит договориться заранее. Предположим, что цена мастер-класса 1 000 рублей (по 200 рублей с человека), цена полдника 750 рублей (по 150 рублей с человека). Всего 1 750 рублей или по 350 рублей с человека. При этом вы можете договориться с мастером о вашей комиссии за привод к нему туристов в размере 10—15 % (или 200—250 рублей)
Пеший маршрут на «Каменный городок» проводит по договоренности с вами ваш партнер (сосед), который имеет опыт вождения групп по данному маршруту	Цена услуги стороннего гида-проводника 3 000 в день. При этом вашим доходом также может быть комиссия за привод к нему туристов в размере 10—15% (или 300—450 рублей). В пути они устраивают обед (перекус) на привале. Цена обеда на привале 1 500 рублей или 300 рублей на человека
Велосипеды для третьего дня программы вы берете в прокат у другого вашего партнера (соседа), содержащего прокат, везете на экскурсию третьего дня сами	Цена проката велосипеда 300 рублей в день. Цену вашей экскурсии определяем в 2 500 рублей или 500 рублей на человека. С собой везете термос и необходимый для перекуса набор продуктов. В пути устраиваете обед (перекус) на привале. Цена обеда на привале 1 500 рублей или 300 рублей на человека
На маршрутах	Дополнительным доходом может быть прокат сапог, плащей от дождя, другого необходимого оборудования и снаряжения

Считаем себестоимость и определяем цену:

Время	Деятельность	Стоимость (на 1 человека), руб.	Общий доход (руб.)	Прямые затраты (в т. ч. стоимость сторонних услуг), руб.	Ваш доход (руб.)
	1 день				
10.00	Встреча туристов, размещение в двух гостевых комнатах, знакомство с домом, хозяевами, правилами проживания				
11.00—13.00	Двухчасовая прогулка по поселку с экскурсией, осмотром достопримечательностей, с выходом на берег моря	200	1 000	нет	1 000
13.00—14.00	Возвращение домой, обед	400	2 000	1 000	1 000
14.00—15.00	Послеобеденный отдых				
15.30—18.00	Посещение мастера по плетению из бересты, мастер-класс, угощение чаем, полдник, покупка сувениров мастера	350	1 750	1 500	250
18.00—20.00	Возвращение домой, свободное время				
20.00—21.00	Совместный ужин с хозяевами, общение	300	1 500	750	750
22.00—23.00	Сон (проживание в доме с хозяевами)	1 000	5 000	нет	5 000
	2 день				
8.00—9.00	Завтрак	300	1 500	750	750

9.00	Выход на маршрут на «Каменный городок» со услугами стороннего гида-проводника	600	3 000	2 600	400
13.00	Обед на привале	300	1 500	1 500	нет
14.00—18.00	Продолжение маршрута				
19.00	Возвращение в гостевой дом				
20.00	Совместный ужин с хозяевами, общение	300	1 500	750	750
22.00—23.00	Сон (проживание в доме с хозяевами)	1 000	5 000	нет	5 000
	3 день				
8.00—9.00	Завтрак	300	1 500	750	750
9.00	Оформление проката велосипедов	300	1 500	1 500	нет
9.30	Выезд на веломаршрут и экскурсию к геотермальной станции	500	2 500	нет	2 500
13.00	Обед на привале	300	1 500	750	750
16.00	Возвращение в гостевой дом				
17.00	Купание в термальных источниках на обратном пути				
18.00	Ужин, завершение программы	300	1 500	750	750
	Всего:	6 450	3 2250	12 600	19 650

Итак, мы разработали турпродукт и теперь можем дополнить наше описание ценой:

Трехдневный тур для пяти человек в поселке «N» с проживанием, питанием и досугом.

В программе:

- экскурсия по поселку, выход к морю;
- пеший маршрут на «Каменный городок»;
- купание в термальных источниках;
- велосипедный маршрут и экскурсия к геотермальной станции.

Цена: 32 250 рублей.

Цена на одного человека: 6 450 рублей (за три дня).

При реализации одного такого турпродукта вы:

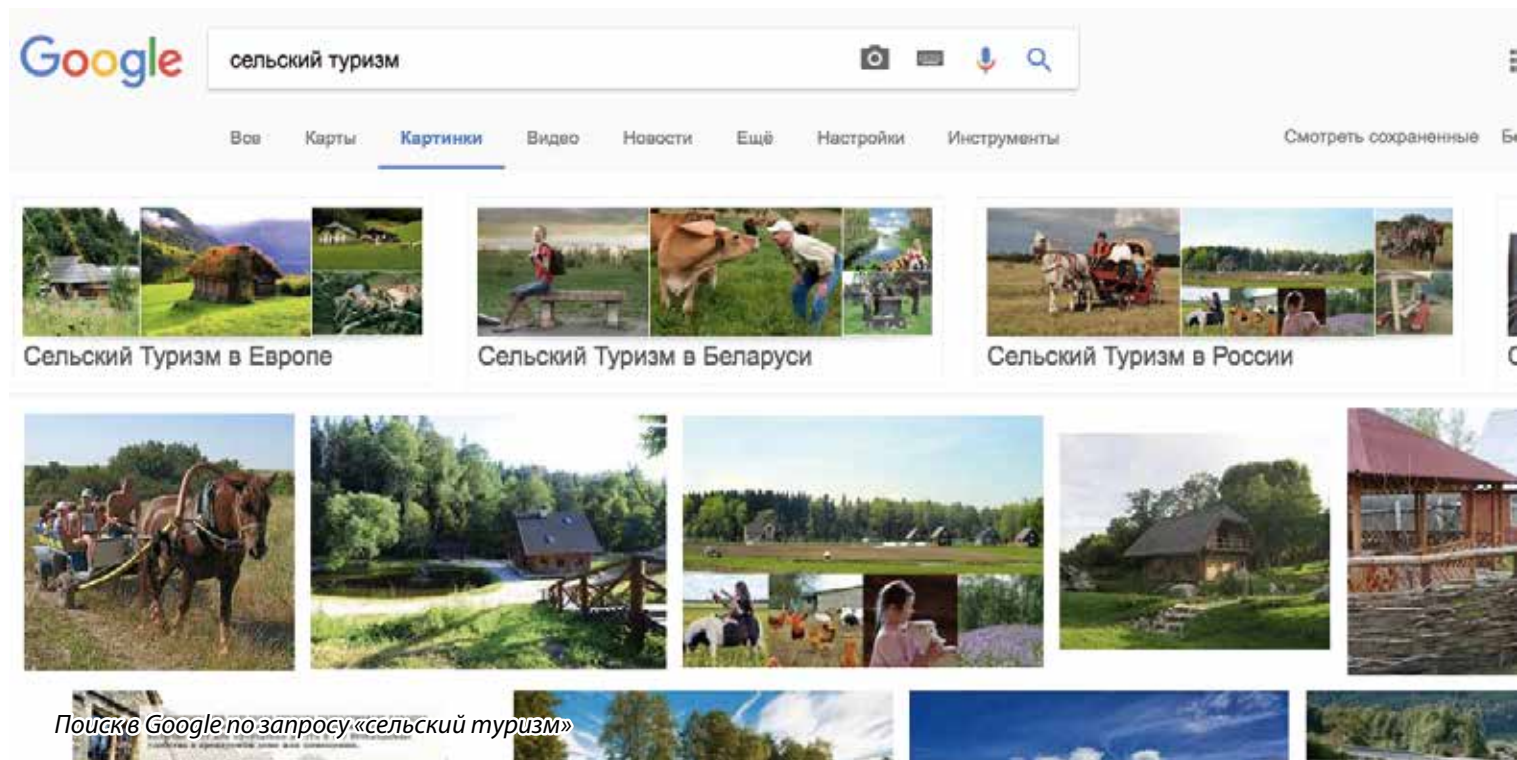
- дадите заработать своим партнерам 6 350 рублей;

- затратите на продукты питания 5 500 рублей;
- будете заняты с туристами только два дня из трех;
- **получите доход в 19 650 рублей** (до вычета налогообложения).

Повторимся, что все варианты досуга и цены, приведенные в этом примере, условны. Вы сами определяете конкретную цену того или иного предложения. На данном примере мы показали, как определить стоимость, учесть затраты и рассчитать итоговую цену турпродукта.

Итак, у вас есть свой турпродукт (или на основании анализа потенциала вашей территории и ваших возможностей вы разработаете несколько вариантов турпродуктов) и вы его оценили. Далее вам нужно приступить к третьей составляющей маркетинга — продвижению.

Глава 4. Продвижение турпродукта сельского туризма



Создать хороший туристический продукт недостаточно, важно добиться того, чтобы о вас узнали будущие клиенты, чтобы они «созрели» для поездки к вам, а съездив, рассказали о вас всем вокруг. Для этого существует целый ряд возможностей, о наиболее эффективных из которых мы поговорим в этой главе.

Механизмы продвижения:

- Социальные сети.
- Собственный веб-сайт и реклама на специализированных сайтах.

- Печатная рекламная продукция: буклеты, листовки.
- Тематические мероприятия: туристические выставки, тестовые туры и пр.
- Продвижение через партнеров: ООПТ, тур-компании, другие объекты.
- Событийные мероприятия (см. подробно в главе о событийном туризме).

Работа в социальных сетях

Социальная сеть — платформа, онлайн-сервис и веб-сайт, предназначенные для общения в интернете.

На сегодняшний день это наиболее эффективный и недорогой способ продвижения для объектов и программ сельского туризма. По сути, любая соцсеть — это то же «сарафанное радио», только в интернете. Умелое пользование ее возможностями открывает вам доступ к широкой аудитории потенциальных клиентов, с которыми вы сможете неформально общаться, рассказывать о том, что у вас нового, делиться фотографиями и видео, отзывами посетителей. Люди, которым интересно ваше предложение, легко смогут найти вас по ключевым словам (хэштегам) или через других знакомых, подпишутся на вашу страницу и будут постоянно в курсе ваших новостей.

Наиболее популярные социальные сети, которые работают в России:



По данным специалистов, изучающих количество и состав пользователей в каждой соцсети, для продвижения своего бизнеса сегодня имеет смысл

использовать три основные сети: Инстаграм, Фейсбук, ВКонтакте. Разберем подробнее, в чем их отличие друг от друга.



Инстаграм (Instagram)

Адрес в интернете: *instagram.com*.

Эта соцсеть основана на фотографиях: пользователи вешают (принято говорить «постят») свои фото с очень короткими комментариями, а также видеофрагменты. Можно отметить точку на карте (геотег), где сделана фотография; добавить ключевые слова — хэштеги (например, «сельский туризм», «экотуризм», «камчатка», «отдых в деревне»), по которым пользователи смогут найти вашу страничку и подписаться на нее. Важно помнить, что ключевые слова пишутся без пробелов и заглавных букв — как в примерах выше.

Подробные инструкции по использованию Инстаграм доступны в интернете: <http://instagramm.ru/kak-polzovatsya-instagramom>.

Чем хорош Инстаграм?

- Сегодня это одна из самых быстрорастущих соцсетей в России.
- Изначально был популярен среди молодежи, но сейчас там все больше людей среднего возраста, семейных, активных, любящих путешествовать — тех, кто вам и нужен.
- В сельской местности и на природе легко снять множество красивых фото и необычных для горожанина коротких видео (сегодня это спокойно можно сделать на любой смартфон). Такие фото или видео (с козочками, цыплятами, вулканами, сплавом по рекам) имеют много шансов привлечь внимание жителей городов, а именно это вам и нужно.

О чем следует помнить?

- Старайтесь подбирать интересные сюжеты, необычные моменты для фото или видео, избегайте стандартных кадров. Не нужно много фото в формате «я на фоне». Постарайтесь эмоционально передать то, что вы любите, в месте, где живете.
- Не пишите много текста — только краткие, лучше личные и эмоциональные комментарии к фото и видео.
- Обязательно разберитесь с «хэштегами» и используйте их — они помогут найти вас тем, кто интересуется этой темой.
- Специалисты рекомендуют делать один—два поста в день и стараться выработать и соблюдать свой единый стиль в тематике и обработке фото.
- Инстаграм хорошо использовать для продвижения своих мероприятий (например, сельских праздников), рассказа о прошедших турах, публикации отзывов ваших гостей. Но не стоит в каждом посте предлагать купить какую-то из ваших услуг — людям неинтересно читать страницу, на которой тебе каждый день что-то «навязывают».

Фейсбук (Facebook)

Адрес в интернете: facebook.com.

Эта соцсеть считается более популярной среди людей среднего возраста (не молодежь), с более высоким уровнем образования и достатка, а также местом для профессионального общения. Это именно та аудитория, которая может задуматься над поездкой в сельскую местность с целью активного познавательного отдыха, знакомства с традициями, экотуризма, поэтому научиться пользоваться ей настоятельно рекомендуется.

В Фейсбуке можно создавать

Личную страницу

Страницу бизнеса

Группу для общения по теме

Вам стоит начать со страницы бизнеса, хотя иметь свою личную страницу тоже не помешает. Группа понадобится, когда вы выстроите взаимодействие с другими объектами сельского туризма в вашем районе и договоритесь о совместном продвижении.

Подробные инструкции по использованию разных возможностей Фейсбук доступны в интернете, например, по ссылке: http://resultativesmm.com/?page_id=374.

Чем хорош Фейсбук?

- Именно здесь проводят много времени ваши основные потенциальные клиенты, а также возможные деловые партнеры (например, турагентства).
- Удобна в использовании: здесь можно писать тексты, размещать фото и видео, объединяя их в альбомы, создавать мероприятия и приглашать на них людей из числа ваших друзей и пр.
- Здесь есть профессиональные группы, где уже общаются люди, которые занимаются тем же, что и вы. В них можно бесплатно вступить и общаться, это может быть полезно. Одна из таких групп называется «Сельский туризм и развитие сельских инициатив», ее можно найти в поиске и отправить запрос на вступление.

О чем следует помнить?

- В Фейсбуке можно писать тексты, но старайтесь не делать их слишком длинными и почаще «разбавляйте» фотографиями.

- Одного поста в день на вашей странице будет достаточно. Может иметь значение время дня или день недели, когда вы вешаете пост: постов много, более старые из них очень быстро уходят глубоко вниз ленты, где их мало кто увидит. Изучайте инструкции, чтобы разобраться в этом детальнее.
- Поищите в поиске (и по ключевым словам) страницы, которые занимаются похожим бизнесом продолжительное время и имеют много подписчиков. Посмотрите, о чем они пишут, как часто, чем интересны.



Адрес в интернете: vk.com.

ВКонтакте — наиболее популярная по числу пользователей социальная сеть в России (если не считать «Одноклассники», которые, на наш взгляд, использовать в бизнесе не имеет смысла). Однако ее особенность в том, что основная ее аудитория — молодежь от школьников до студентов. Молодежь не так часто интересуется сельским туризмом, к тому же обычно не имеет финансовой возможности принимать решения по дальним поездкам.

С другой стороны, ВКонтакте очень популярен в регионах России, и многие ваши партнеры могут иметь страницу здесь и не иметь ее в Фейсбуке. Зарегистрировать ВКонтакте будет не лишним, особенно если вы планируете работать с туристами из регионов.

Чем хорош ВКонтакте?

- Большая аудитория.
- Множество функций (примерно тот же набор, что и на Фейсбуке).
- Скорее всего, именно там уже зарегистрировано большинство ваших знакомых, через ко-

торых можно будет быстро набрать новых подписчиков.

- Страницы ВКонтакте очень хорошо находятся по поиску в интернете.

Общие правила работы в социальных сетях

Продвижение в соцсетях может быть абсолютно бесплатным, если вы планируете заниматься им самостоятельно. Но эта работа потребует очень много вашего времени, причем делать ее надо постоянно. Ваша страница будет постепенно «обрастать» подписчиками, но это не будет происходить быстро.

Если же вам необходим более оперативный рост, можно воспользоваться платными услугами по рекламе, которые предлагают соцсети: вы платите за то, чтобы вашу публикацию увидело как можно большее количество людей. Разобраться в том, за что стоит платить и за что нет, лучше с помощью специалиста либо самостоятельно изучая инструкции в интернете.

Профессионалы рекомендуют заранее разработать план публикаций, например, на месяц, определить темы, на которые вы будете писать по вторникам, а на какие — по средам и стараться следовать плану. Посты можно готовить заранее и настроить все так, чтобы они публиковались сами в то время, которое вы зададите. Это сделает вашу работу более эффективной.

ВАЖНО! Продвигать территорию с разными туробъектами и туруслугами проще, чем отдельный небольшой объект. Чтобы облегчить себе жизнь, рекомендуется изначально объединить усилия с коллегами с близлежащих объектов и поручить продвижение в соцсетях отдельному человеку или организации, имеющему такой опыт.

Создание собственного сайта и реклама на специализированных сайтах

Создание собственного сайта

Создание собственного сайта — ответственный этап. Сложность состоит не столько в том, чтобы один раз сделать красивый и удобный в пользовании сайт, но в том, чтобы поддерживать его и обновлять с необходимой регулярностью. Сайт, который давно не обновлялся, только отпугнет потенциальных туристов.

Полноценный сайт состоит из нескольких страниц (основных блоков или разделов), между которыми пользователь перемещается по гиперссылкам¹. Сайты бывают сложными (состоящими из большого количества разделов и подразделов) и простыми. Последние обычно называют «сайт-визитка». На начальном этапе работы рекомендуется ограничиться созданием простого сайта-визитки.

Сайт-визитка — простой сайт, как правило, состоящий из одной или нескольких веб-страниц и содержащий основную информацию об организации, частном лице, компании, товарах или услугах, прайс-листы, контактные данные.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Пример сайта-визитки: <http://www.inspirussia.net>.

На одной длинной странице представлена ключевая информация по предлагаемым турам и данные о гидах, контактная информация. Подробные описания туров доступны при кликании на конкретную программу: для каких-то туров они ведут на соответствующие страницы на сайтах партнеров программы, а для других — на страницы мероприятий в соцсетях. Второй вариант является оптимальным, т. к. единожды создать мероприятие в соцсети намного проще, чем делать это отдельно для сетей и отдельно для сайта.

¹ Гиперссылка — часть текста, ссылающаяся на другой документ или объект в сети. Внешне это чаще всего выглядит как подчеркнутый текст, при кликании на который вы попадаете на другую страницу, открываете какой-то документ, фото или видеофайл и пр.

О чем следует помнить?

- Размещайте на сайте ту информацию, которая не требует частого обновления: общие данные по вашему объекту, контакты, схему проезда и пр. Часто меняющиеся данные, например, информацию о новых турах, лучше вешать в соцсетях, а на сайте давать на них ссылку.
- Излагайте все коротко и ясно, четко по делу. Турист, пресыщенный информацией, это оценит.
- Сайт-визитку можно создать с помощью бесплатного конструктора (см. врезку ниже).

Бесплатные конструкторы сайтов

За создание и размещение обычного сайта в интернете вам придется заплатить. Оплата будет включать:

1. Стоимость регистрации доменного имени (обычно раз в году, сумма невелика). Это плата за то имя, которое будет носить ваш сайт (к примеру, www.turismkamchatka.ru).
2. Стоимость хостинга. Плата может взиматься ежемесячно или поквартально, можно заплатить и за год вперед. Это тоже не очень дорого. Вы платите за то, что ваш сайт занимает определенное место в сети.
3. Гонорары программиста и веб-дизайнера за создание сайта (единоразово). Это может быть дорого — зависит от специалиста и поставленных задач.
4. Зарплата администратору сайта за его обновление и поддержание в порядке, борьбу с вирусами и прочее. Обычно осуществляется на ежемесячной или ежеквартальной основе. Стоимость зависит от сложности вашего сайта.

Избежать всех этих трат можно, создав сайт на одном из бесплатных конструкторов, которые доступны сегодня. Это такие платформы, которые позволят вам самому создать себе сайт-визитку без привлечения специалистов. Вы заходите на сайт конструктора, внимательно изучаете подробные инструкции и «собираете» свой сайт из представленных там шаблонов. Это сравнимо с работой в привычных вам офисных программах: вам нужно

будет в определенные места вставить тексты, добавить фотографии и т. д. Подробные пошаговые описания, как это делать, приводятся на сайтах таких платформ.

Примеры бесплатных конструкторов: <http://ru.wix.com/>; <http://www.ucoz.ru/>; <http://nethouse.ru/>; <https://ru.wordpress.org/>.

Подобных им очень много в сети.

Плюсы	Минусы
Вы не платите за домен и хостинг	На вашем сайте постоянно будет показываться реклама, что будет неприятно пользователю. Показ рекламы можно отключить, но это стоит денег
Вы сможете все сделать сами и не платите за дорогостоящую работу по созданию сайта	Ваш сайт не будет иметь красивого имени, которое вы выберете. После имени будет идти обязательное окончание с названием платформы (вместо www.turismkamchatka.ru ваш сайт будет называться, к примеру, www.turismkamchatka.ucoz.ru). Это сложнее запомнить
Вы сможете сами обновлять сайт, т. е. не платить администратору сайта	В серьезном бизнесе считается некрасивым иметь сайт на бесплатной платформе. Есть партнеры, которым это важно. Однако из опыта на репутацию объекта или маршрута сельского туризма это влияет редко
Такие сайты проще и быстрее раскрутить	

Как раскрутить сайт?

После того как вы создали сайт, у вас появляется еще одна важная задача — его раскрутка. Это серьезная и ежедневная работа, цель которой — сделать так, чтобы именно ваш сайт появлялся од-

ним из первых в списке всех основных поисковиков (Яндекс, Google и др.) при вводе определенных, необходимых вам ключевых слов. К примеру, пользователь вводит запрос: «гостевой дом Камчатка». Сегодня в ответ он получает информацию о гостевом доме «Камчатка», расположенном под Анапой и почти не получает информации о размещении на Камчатке. А вам нужно, чтобы пользователь попал на вашу страницу, иначе даже самый красивый сайт никто никогда не увидит.

Сегодня раскруткой или продвижением сайтов занимаются множество профессиональных компаний и специалистов, но их услуги необходимо оплачивать, причем регулярно. Если у вас пока нет средств на услуги профессионалов, используйте свои профили в соцсетях для раскрутки своего сайта. Как правило, у соцсетей выше рейтинг в поисковиках, поэтому это может помочь. Кроме того, старайтесь задать в шаблоне сайта уникальные ключевые слова, которые будут четко отражать специфику вашей деятельности и при этом не будут очень распространены. Так, по запросу «туризм камчатка» или «отдых камчатка» вам будет крайне сложно «победить» в рейтинге давно работающих туроператоров или крупных отелей, тогда как запрос «сельский туризм камчатка» сегодня практически свободен.

ВАЖНО! Работа с собственным сайтом — сложная и требующая постоянных затрат ресурсов, поэтому есть смысл начинать ее, объединившись с коллегами. С точки зрения продвижения сайт вашего населенного пункта, где будет представлена комплексная информация обо всех имеющихся гостевых домах, турах, программах и достопримечательностях, будет существенно эффективнее, чем масса сайтов маленьких объектов. Объединившись, вы сможете пригласить профессионала, который будет вести всю работу по продвижению за вас всех, что сэкономит ваши силы и ресурсы.

Реклама на специализированных сайтах

В интернете существует множество сайтов, на которых можно разместить информацию о ваших турах, гостевых домах или иных объектах. Сайты эти делятся на несколько категорий; примеры сайтов в каждой категории приведены в Приложении 8.

Условия размещения информации бывают разными: в каталогах туристско-информационных центров, на официальных ресурсах региональной администрации это, как правило, бесплатно. Сайты онлайн-бронирования жилья берут определенную комиссию за свои услуги, но при этом пользование ими способно резко увеличить ваши продажи и привлечь к вам новых интересных клиентов.

ВАЖНО! Не забывайте, что далеко не везде приветствуется размещение прямой рекламы. На многих сайтах (например, тех, где делятся отзывами самостоятельные путешественники) этого делать нельзя, а можно — писать красивые тексты и вешать фото по вашим местам, делиться впечатлениями (своими или ваших туристов), привлекая тем самым внимание к вашей территории, вызывая желание ее посетить.

Помимо сайтов в соцсетях существуют тематические группы и страницы, которые посвящены путешествиям по определенным регионам, разным видам туризма и пр. Вы можете находить такие группы по «поиску по ключевым словам», добавляться в друзья и подписчики и в тех случаях, когда это разрешено правилами группы, вешать свои объявления. Обязательно уточняйте у администратора группы условия размещения постов, они могут быть разными в каждом конкретном случае.

Поиск в интернете выдает очень мало групп и страниц, посвященных туризму на Камчатке. В сети есть много страниц туроператоров, которые рекламируют только свои туры, а мест,

где местные жители из разных населенных пунктов могли бы размещать свои объявления, крайне мало. Есть смысл создать такую группу, она имеет большие шансы быть востребованной.

Печатная рекламная продукция



Печать буклетов, листовок, визиток, плакатов, брошюр и иных материалов — традиционный инструмент продвижения, который очень часто используют отдельные объекты сельского туризма. В наш век электронных технологий не стоит полностью забывать о печатной продукции, однако важно понимать, как и когда ее использование может быть для вас целесообразно.

Прежде чем заказывать что-либо, подумайте, где и кому вы планируете раздавать то, что напечатаете. Как правило, такая продукция необходима, если вы едете на туристическую выставку, любое массовое мероприятие (например, фестиваль), профессиональную встречу (семинар, конференцию и пр.), где будете знакомиться, к примеру, с туроператорами. При личном знакомстве намного проще сразу показать какие-то картинки с вашей

го объекта и подарить потенциальному партнеру симпатичный буклет. Хорошо, если ваша продукция постоянно будет в наличии в региональном туристско-информационном центре, на рекламных стойках ключевых отелей, музеев и иных мест, где проходят большие потоки туристов в вашем регионе: со многими владельцами об этом можно договориться. Крайне полезно обмениваться печатными материалами с коллегами по обслуживанию туристов в вашем районе и населенном пункте: как только гость захочет посетить что-то еще интересное рядом, вам будет, что предложить и это будет выгодно всем.

О чем следует помнить?

Зачем и для кого вы это делаете?

От этого будет полностью зависеть объем и содержание публикации. Если вы предлагаете комплексные маршруты по разным объектам сельского туризма, вам может потребоваться брошюра — каталог. Если у вас один гостевой дом или ферма, то будет достаточно стандартного двустороннего буклета «раскладушки» формата А4. Если же вы занимаетесь, к примеру, организацией конных прогулок, то вам хватит совсем небольшой открытки с одной красивой фотографией ваших лошадей и контактными данными на обороте.

Качество бумаги и печати

Если вы планируете раздавать продукцию на массовых мероприятиях или через «третьи руки», не тратьте много на дорогую толстую бумагу и слишком качественную печать. Практика показывает, что большая часть этой продукции разбирается случайными людьми, которые с большой долей вероятности даже не прочитают то, над чем вы столько трудились. Лучше напечатайте подешевле,

но больше экземпляров. Напротив, для личного вручения потенциальным партнерам очень важно качество продукции.

Дизайн-макет

Оригинальный и качественный дизайн играет огромное значение во всех случаях. Сегодня перед глазами людей проходит такое количество информации, что стандартные тексты на стандартном фоне с маленькими невнятными картинками уже не привлекают внимание. Постарайтесь найти специалиста, который поможет вам сделать необычный, запоминающийся дизайн, не экономьте на этом. Лучше один раз потратиться на профессионала, чем регулярно выбрасывать деньги на печать бесполезной продукции.

СОВЕТ!

Если бюджет пока не позволяет сделать красивый буклет, начните с малого, но сделайте хорошо. Пусть это будут визитки или небольшие открытки с ключевой фотографией и вашими контактами, но пусть они будут выполнены качественно и с душой. Это принесет вам больше пользы, чем горы толстых, но тусклых брошюр.

Совместные каталоги

Ищите возможности объединиться с коллегами — соседями и поручите эту работу профессионалу. Он сможет заранее спланировать план публикаций на всех, собрать информацию, поработать с дизайнером и типографией.

Тематические мероприятия

Личное участие в мероприятиях, когда потенциальные партнеры приезжают к вам и видят все своими глазами, крайне важно, и никакой сайт или

буклет этого не заменят. Организовать приезд потенциальных партнеров к вам (к примеру, туроператоров) самостоятельно — сложно и затратно. Целесообразно выяснить, какие мероприятия планирует ваша региональная или районная администрация, туристско-информационный центр, Кроноцкий заповедник, крупные туроператоры вашего региона, и попытаться встроиться в их программы.

В каких мероприятиях стоит участвовать?

- Тестовые туры для туркомпаний.
- Информационные туры для СМИ.
- Региональные и федеральные туристские выставки-ярмарки.
- Популярные массовые мероприятия (праздники) в региональном центре.

О чем следует помнить?

- При участии в мероприятиях кооперация с другими объектами и даже населенными пунктами крайне актуальна. Не менее важен и человек, который может взять на себя роль координатора этого процесса, чтобы избавить владельца каждого объекта от решения массы организационных и логистических вопросов.
- Ко всем мероприятиям важно готовиться. Если люди едут к вам, продумайте программу их пребывания в соответствии с отведенным временем: что будете показывать и в каком порядке, чем угощать и удивлять. Если вы едете на выставку, не забудьте взять с собой побольше местной продукции (в т. ч. на продажу), фото-, видеоматериалов, продумать, во что вы будете одеты, как оформите свой стенд, чем он будет отличаться от всех окружающих стендов.

Продвижение через партнеров

Продвижение через ООПТ, музеи и музей-заповедники, иные крупные организации на территории

Если на вашей территории работает одна из перечисленных выше крупных организаций, считайте, что вам очень повезло. Это сильный потенциальный партнер, сотрудники которого профессионально занимаются вопросами, очень близкими к вашей теме, заинтересованы в развитии предпринимательства на сельской территории, сотрудничеству с местными жителями. От вас во многом зависит, как выстроятся ваши отношения с этими партнерами, повернутся ли они к вам лицом — в ваших интересах, чтобы повернулись.

Чем может помочь сотрудничество с ООПТ или музеем?

- Как правило, ООПТ или музей уже работает с туристами и имеет поток клиентов. В заповеднике или национальном парке чаще всего есть визит-центр или информационный центр (а то и не один), обустроенные кордоны, свои гостиницы и гостевые дома или иные объекты инфраструктуры, сувенирные лавки, куда регулярно заходят посетители, коллеги из других регионов, участники экспедиций, конференций и пр. В музеях тоже постоянный поток посетителей. Всем этим людям могут быть интересны ваши услуги. Идеальный вариант продвижения для вас — размещение ваших печатных рекламных материалов на объектах ООПТ или музея.
- ООПТ и музеи обычно имеют достаточно раскрученные сайты и группы в социальных сетях. Если информация о ваших услугах или ссылка на ваши ресурсы появится там, это может привлечь вам хороший поток дополнительных клиентов.

- ООПТ и музеи часто заинтересованы в том, чтобы стать партнерами в проведении уникальных событийных мероприятий. У них есть масса ресурсов, в т. ч. информационных, которые существенно облегчат вашу жизнь, если вы договоритесь о подобном партнерстве.
- Среди сотрудников заповедника, национального парка, музея-заповедника часто есть пресс-секретарь или иные специалисты, основная работа которых заключается в продвижении. Кроме того, обязательно есть специалисты по туризму, которые отвечают за появление новых турпродуктов, работу с туристами, продвижение туруслуг. Все эти люди обладают профессиональными навыками и временем, которых у вас на эту работу просто может не быть, а также имеют возможность привлекать экспертов и дополнительное финансирование, к примеру, на издание путеводителей. Сотрудничество с ними — огромный ресурс, пренебрегать которым точно не следует.

ВАЖНО!

Как правило, администрация заповедника или национального парка предъявляет определенные требования к тем объектам размещения, сувенирной продукции, экскурсоводам и иным предпринимателям, с которыми она работает и которых она рекламирует. Это может быть соответствие экологическим нормам, внешний вид, дизайн, материалы, из которых производятся сувениры, квалификация гидов и пр. Это абсолютно нормальные требования, продиктованные прямыми задачами музейной или природоохранной организации. Например, Кроноцкий заповедник сам проводит обучение гидов-экскурсоводов из числа местных жителей, принимает экзамены, по итогам которых гиды имеют право водить экскурсии по территории Южно-Камчатского заказника. При этом передвигаться по территории без сопровождения инспекторов не могут даже эти гиды.

Предъявлять аналогичные требования к экскурсиям, которые вы водите не по территории ООПТ, заповедник не может, однако вполне имеет право оценить для себя качество ваших услуг и принять решение, продвигать вас через свои каналы или нет. Все это важно выяснить заранее и работать по правилам.

Продвижение должно быть взаимным. Даже если ваши силы неравны, никогда не забывайте об этом. Если заповедник или музей продвигает вас или поддерживает ваши проекты, не забывайте делать то же самое: разобраться в особенностях режима этой территории, давать своим туристам правдивую информацию об этом, рассказывать своим гостям о ценности и привлекательности вашего «большого партнера». Поверьте, любая «двойная игра» очень скоро станет очевидной, а в ваших интересах — выход на долгосрочное сотрудничество.

Продвижение через работу с туркомпаниями

Продвижение и продажи ваших услуг через туркомпания — важный блок работы, с которым рано или поздно вам придется столкнуться. Для начала следует разобраться в терминологии. Все турфирмы делятся на две большие группы: туроператоры и турагенты.

Турагент — это компания, которая только продает турпродукты, созданные туроператорами или отдельными объектами туризма, получая за это вознаграждение.

Туроператор — это компания, которая сама разрабатывает, создает и продает новый туристский продукт.

Продавать свое предложение на рынок вы можете двумя способами:

1. сформировать турпродукт самостоятельно и продавать его напрямую или через турагентства;

2. договориться о сотрудничестве с одним или несколькими существующими туроператорами, которые возьмут на себя создание и продажу турпродукта с участием ваших объектов.

Вариант 1. «У меня есть готовый турпродукт или партнерство с турагентствами».

Турагентство зарабатывает на больших объемах продаж туристских услуг, поэтому работать отдельно с каждым небольшим объектом сельского туризма ему, как правило, неинтересно и невыгодно. Чтобы ваше предложение заинтересовало агентство, необходимо объединиться с соседями и разработать комплексный турпродукт. К примеру, тур в ваш поселок или деревню на несколько дней.

Турагентства могут быть расположены в любом регионе страны (или даже за рубежом, если вы готовы работать с иностранными туристами), хотя начинать проще с вашего регионального центра. Понимание, какого именно туриста вы хотите видеть на своих программах, поможет вам определиться с географией возможных партнеров: хотите гостей из Москвы — ищите контакты с московскими агентствами. Большинство турагентств сегодня работает полностью удаленно, даже ни разу не выезжая на объекты, которые они продают. Вы заключаете с ними договор, договариваетесь о размере их комиссионных (стандарт — 10—15 %) и порядке осуществления финансовых расчетов.

О чем следует помнить?

- Если сотрудники агентства никогда не бывали у вас, крайне важно дать им как можно более детальную и правдивую информацию обо всем, что ожидает туристов. Не забудьте честно проинформировать обо всех возможных «минусах»: сложная дорога к вам, возможные капризы погоды, удобства, отсутствие каких-то «благ

цивилизации», особенности средства размещения и пр. В ваших интересах не допустить лжепиара, когда турист, собираясь в «пятизвездочный отель», по факту селится в скромном картонном домике без удобств и уезжает с обманутыми ожиданиями, что обязательно аукнется негативными отзывами и потерей вашей репутации.

- По возможности постарайтесь организовать тестовые туры для представителей турагентств, с которыми вы планируете работать, чтобы они увидели все своими глазами. Не жалейте на это времени и даже финансовых вложений — если вы завяжетесь с надежным партнером, который будет действительно понимать, что он продает, эти вложения окупятся.
- Работа с турагентством строится на основе договора. Турагент может прислать вам свой стандартный договор, либо вы можете составить свою версию. В любом случае будьте очень внимательны ко всем деталям, прописанным в этом документе. Там можно сформулировать все условия, на которых вы сотрудничаете, размер и порядок перечисления комиссионных, ответственность в случае незаезда или недовольства туриста, условия отмены бронирования и пр. Отнеситесь к этому ответственно, потому что в случае любых сложностей и конфликтов основанием для решений будет ваш договор.

ВАЖНО! Договор с турагентством может быть эксклюзивным и не эксклюзивным. В первом случае вы обязуетесь продавать свои услуги только через данную компанию, и никак иначе. За нарушение этих обязательств к вам могут быть применены серьезные штрафные санкции. Подписывая договор, обязательно убедитесь, что такого требования он не содержит.

- Очень важно, чтобы цена на ваши услуги для туриста была одинакова, когда вы продаете их напрямую или при реализации через турагентство. К примеру, стоимость вашей экскурсии составляет 2 000 рублей. Когда вы продаете ее через турагентство, турист также платит 2 000 рублей, из которых 10 %, т. е. 200 рублей, забирает агентство, а 1 800 рублей получаете вы.

ВАЖНО! Ни в коем случае не предлагайте туристу, приехавшему к вам через агентство, в следующий раз отдохнуть у вас дешевле при звонке напрямую! Это нарушение бизнес-этики, которое обязательно «выплывет наружу» и серьезно повлияет на вашу репутацию в работе с этим и другими партнерами.

К сожалению, очень редки сегодня турагентства, которые действительно понимают, что такое сельский туризм, экологический туризм и разделяют ценности, изложенные в данной брошюре. Большинство из них привыкло работать с отправкой российских туристов за рубеж и очень плохо представляет себе особенности работы на внутреннем рынке и тем более в сельской местности. Очень многие из них, сколько бы вы ни пытались снабдить их информацией, просто не смогут передать ее клиенту так, как это необходимо. Подавляющее большинство не захочет и связываться с сельским туризмом, особенно в новом «нераскрученном» районе. Не стоит переживать из-за этого — этот рынок только формируется, и ситуация уже меняется.

Старайтесь больше общаться, посещать тематические выставки или хотя бы читать профессиональные публикации в интернете, находить те компании, которые вам кажутся более открытыми к теме внутреннего туризма. Не стоит гнаться за количеством партнеров, но важно искать тех, кто не испортит вам репутацию «ложной рекламой» и поможет сохранить качество вашего продукта.

Как выйти на турагентства?

- Ваша региональная администрация (Агентство по туризму и внешним связям Камчатского края), туристско-информационный центр, районные органы власти периодически могут устраивать тестовые туры. Это организованные поездки, куда они сами приглашают представителей турагентств и туроператоров из своего и других регионов, заинтересованных увидеть и оценить ту или иную территорию. Постарайтесь наладить сотрудничество с профильными специалистами, чтобы вовремя получать информацию о готовящихся турах и принимать в них участие. Это самый недорогой способ привлечь на свой объект сразу большую группу туркомпаний. Но стоит понимать, что лишь малая доля тех, кто приедет в тур, потом вернется с туристами или даже начнет с вами конкретные переговоры.
- Обязательно отправьте свои предложения в региональный ТИЦ (туристско-информационный центр) и попросите у них контакты турагентств, которым оно может быть интересно. У них обычно есть полная база агентств, работающих в регионе или с регионом.
- Изучайте интернет: сайты профильных онлайн-изданий в области туризма, читайте профессиональные форумы, вступайте в сообщества, посмотрите сайты туркомпаний, работающих в вашем регионе или городах, туристы из которых вам интересны. Пытайтесь сами найти тех, кто, как вам кажется, способен разделить ваши ценности, и выходите с ними на прямой контакт.
- Пообщайтесь с ближайшим ООПТ, музеем, гостиницей или базой отдыха, расположенными в вашей местности. Они наверняка уже работают с турагентствами, и вы сможете получить отзывы «из первых уст».

Вариант 2. «У меня нет готового турпродукта или партнерства с туроператорами».

Если вы понимаете, что среди вас пока нет человека или организации, способных полноценно заниматься формированием и продажей турпродукта, вам нужно выходить на партнерство с одним или несколькими существующими туроператорами.

Самое сложное в этом процессе — найти туроператора, который будет разделять ваши ценности, увидит в вашем предложении «изюминки», которые захочет и сможет усилить и превратить в продукт. Методы поиска — те же, что и в случае с турагентствами, только в этом случае ваш выбор будет иметь гораздо более серьезные последствия. Ведь именно от того, как преобразует и соединит ваши отдельные предложения туроператор, будет зависеть ваша репутация, «лицо» на рынке.

В последние годы в России начинают появляться туроператоры, которые интересуются темой сельского туризма, экологического и активного туризма. Их пока немного, но есть основания полагать, что их число будет расти довольно быстрыми темпами.

работал и продвигался на рынок только самостоятельно — с разным и довольно переменным успехом.

После окончания проекта прошло время, и стало понятно, что продавать свои услуги самостоятельно небольшим объектам сложно, а существующие в регионе турагентства не понимают специфики сельского туризма и неохотно работают с ним. Нашлись люди, ранее вовлеченные в проект, которые увидели эту нишу и заняли ее. Используя хорошие связи и доверие владельцев сельских объектов, они создали своего туроператора — компанию «Хобби-тур», разработали турпрограммы по сельским районам области и запустили в продажу.

Поток туристов на объекты сельского туризма резко увеличился. Владельцы объектов довольны, в т. ч. и тем, что они теперь тратят меньше усилий на рекламу и могут больше времени уделить развитию собственного объекта.

Особенности работы с туроператорами:

- Туроператор, в отличие от турагента, не просто продает полностью подготовленный вами продукт, но активно участвует в его создании. Не стоит недооценивать эту работу. У кого-то в вашем селе или деревне есть гостевой дом, а кто-то организует рыбалку или пешие походы по окрестностям, тогда как третий еще ничего не делает, но мог бы проводить интересные мастер-классы, если помочь ему сформировать программу. И огромная работа — сделать из всего этого продукт, который можно предложить туристу. Соответственно, за свои услуги туроператор обычно берет не 10 %, а гораздо больше — в среднем, от 30 до 50 %. К этому нужно быть готовым.
- Туроператор, который внес большой вклад в формирование вашего продукта, может настаивать на заключении с ним эксклюзивного договора. О таких моментах лучше договариваться заранее, чтобы потом не возникало претензий друг к другу.
- Если туроператор помог вам запустить «с нуля» хороший и востребованный продукт, не под-

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

«Хобби-тур» и сельский туризм в Калининградской области



В Полесском районе Калининградской области в 2011—2013 годах был реализован масштабный проект по развитию сельского туризма «Вода, природа и люди в исчезающем ландшафте». За годы работы проекта в районе появились объекты сельского туризма: гостевые дома, водные маршруты, агротуристские фермы, частные музеи и др. Каждый объект сначала

водите его. Если к вам обращаются напрямую и просят продукт целиком, правильнее с точки зрения бизнес-этики и человеческих отношений дать контакты туроператора и сказать, что вы работаете только через него. Даже если по договору вы не обязаны этого делать, лучше не подводить надежных партнеров.

Продвижение через другие объекты сельского туризма

Несмотря на появление множества способов продать свои услуги «сарафанное радио» и рекламу через соседей никто не отменял. Более того, именно такая реклама часто дает максимальный эффект в сельском туризме, особенно на начальном этапе работы. Не забудьте договориться друг с другом, чтобы ваши листовки и буклеты лежали в открытом доступе в соседнем гостевом доме, а их предложения озвучивались вашим экскурсантам.

*Помогайте друг
другу и не бойтесь
конкуренции –
в сельском туризме
без взаимной
поддержки не
выжить!*

Глава 5. Как не заблудиться в лабиринтах законодательства

Государственная регистрация

Создавая свой бизнес, вы «вступаете в отношения» с государством. Чтобы их узаконить, нужно пройти государственную регистрацию. Ваша задача — четко выполнить все формальности.

Как лучше работать?

Есть несколько путей, которыми можно идти, решив заняться сельским туризмом.

Если вы «одиночный игрок»	Оказывать услуги как физическое лицо
	Зарегистрироваться как индивидуальный предприниматель
Если у вас есть команда единомышленников	Действовать, имея ЛПХ (личное подсобное хозяйство)
	Создать общество с ограниченной ответственностью
	Создать некоммерческую организацию (НКО)
	Создавать ТОС (территориальное общественное самоуправление)

У каждого пути есть свои нюансы.

- В создании ТОС (территориальное общественное самоуправление) участвует группа людей по территориальному признаку, например, жители одной деревни. К реализации своей идеи вы должны подключить органы муниципальной власти. Ваша идея должна быть полезной для ваших односельчан. ТОС на реализацию своего проекта получает бюджетное финансирование. Подробнее о ТОС вы можете узнать из федерального закона от 06.10.2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации мест-

ного самоуправления в Российской Федерации» или в администрации вашего района.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

ТОС и «Родина Матушки Зимы» в Яренске (Архангельская область)



Создавать ТОС нужно в том случае, если вы не одиноки в своих идеях, у вас есть группа единомышленников, а также — красивая идея, имеющая значение не только для вас лично, но и для территории. ТОСы предлагают и осуществляют социальные проекты, важные для всех жителей поселка или деревни.

Это может быть и благоустройство дворов и детских площадок, и приведение в порядок памятников и объектов культуры, и даже ремонт ДК. На такие проекты ТОСы могут получать финансирование из регионального и местного бюджетов.

В России известны примеры, когда в рамках деятельности сельского ТОС создавались интересные для туристов объекты и маршруты (музеи, мастер-классы, интерактивные программы, маршруты по окрестностям и пр.), которые потом начинали работать самостоятельно, зарабатывая на туризме. Один из таких примеров — маленький городок Яренск в Ленском районе Архангельской области. Здесь сельские жители, активисты ТОС, разработали интерактивную программу путешествия «В гости к Матушке Зиме» и даже создали Резиденцию Зимы. Гости посещают экскурсию, играют в народные игры, общаются со сказочными героями, пробуют местные вкусности, по желанию — гуляют и посещают местный краеведческий музей. Экскурсия активно рекламируется, в т. ч. усилиями регионального туристско-информационного центра. Туристы едут, и у организаторов много планов по дальнейшему наполнению своего турпродукта и расширению его на соседние сельские поселения.

- Некоммерческую организацию вы можете создать, если планируете заниматься социально значимыми делами. При этом некоммерческие организации могут заниматься коммерцией в рамках своей заявленной деятельности. Это может быть экскурсионная деятельность, производство и продажа сувениров, проведение мастер-классов, работа с детьми, организация досуга, в т. ч. проведение фестивалей и праздников и многое другое. НКО может получать грантовое финансирование от государствен-

ных и частных фондов, министерств, ведомств, а также из других источников.

- Общество с ограниченной ответственностью лучше создавать тогда, когда вы уже имеете определенный опыт коммерческой деятельности.

Если вы только планируете начать собственную предпринимательскую деятельность, то стоит рассматривать для начала первые два пункта: оказывать услуги как физическое лицо или регистрировать индивидуальное предпринимательство.

Рассмотрим плюсы и минусы каждого из этих двух вариантов.

	Физическое лицо	Индивидуальный предприниматель (без привлечения наемных работников)
Плюсы	<ul style="list-style-type: none"> + нет никакой регистрации + простая процедура подачи декларации о доходах один раз в год по истечении отчетного года + не платится налог на имущество, используемое в предпринимательской деятельности 	<ul style="list-style-type: none"> + простые и дешевые процедуры регистрации и ликвидации + также не платится налог на имущество, используемое в предпринимательской деятельности + не платит НДФЛ 13 % + есть отчисления в пенсионный фонд (ПФР), т. е. есть будущая пенсия + есть отчисления в фонд обязательного медицинского страхования (ФФОМС) + возможность работать по упрощенной системе налогообложения (УСН)
Минусы	<ul style="list-style-type: none"> – полная ответственность по долгам своим имуществом – отсутствует возможность найма работников – согласно сложившейся практике часто компании отказываются работать с физическими лицами – нет отчислений на пенсионное страхование, а значит, нет и будущей пенсии – платит 13 % от полученного дохода – и самый главный минус — можно сдавать в аренду только свою собственность (свое жилье, баню и др.), виды деятельности ограничены 	<ul style="list-style-type: none"> – нужно вести налоговый учет, считать и платить налоги

Сравнение

Считаем на примере.

Житель села Сосновка Николай Иванович планирует сдавать две комнаты в своем гостевом доме за 2 000 рублей за сутки, 12 суток в месяц, ежемесячно, круглогодично.

Его годовой доход составит: $2\,000 \times 12$ (суток) $\times 12$ (месяцев) = 288 000 рублей.

1. Если он будет работать как физическое лицо, то по результатам года он заплатит:

$288\,000 \times 13\% =$ **37 440 рублей налога.**

2. Если он будет работать как индивидуальный предприниматель по системе налогообложения «6 % от доходов» (мы рассмотрим ее далее более подробно), то по результатам года он:

а) заплатит страховые взносы в фиксированном размере:

ПФР: $7\,800 \times 12 \times 26\% = 24\,336$ рублей.

ФФОМС: $7\,800 \times 12 \times 5,1\% = 4\,774$ рубля.

Итого: $24\,336 + 4\,774 =$ **29 110 рублей.**

б) исчислит налог на доходы:

$288\,000 \times 6\% = 17\,280$ рублей налога.

Индивидуальные предприниматели, выбравшие в качестве объекта налогообложения «доходы» и не производящие выплаты и иные вознаграждения физическим лицам, уменьшают сумму налога (авансовых платежей по налогу) на уплаченные страховые взносы на обязательное пенсионное страхование и на обязательное медицинское страхование в фиксированном размере.

Налог на доходы 17 280 рублей уменьшаем на сумму уплаченных страховых взносов 29 110 рублей, что означает, что **налог на доходы платить не надо.**

Сравниваем пункты 1 и 2:

$37\,440 - 29\,110 =$ **8 330 рублей. Столько сэкономит Николай Иванович на налогах, если будет индивидуальным предпринимателем.**

Таким образом, если вы собираетесь работать долго и полноценно, то при правильной организации дела выгоднее быть зарегистрированным индивидуальным предпринимателем, нежели чем быть просто физическим лицом. К тому же сферы предпринимательской деятельности физического лица сильно ограничены.

Как зарегистрироваться индивидуальным предпринимателем?

Шаг 1. Заполняем заявление

Форму заявления о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя № Р 21001 можно заполнить на бумаге или в электронном виде.

Шаг 2. Формируем пакет документов

Для регистрации вам потребуются следующие документы:

- заявление о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя;
- копия российского паспорта;
- квитанция об уплате госпошлины в размере 800 рублей.

Шаг 3. Сдаем документы

Регистрацию осуществляет налоговая инспекция по месту вашего жительства. Документы на регистрацию вы мо-

жете отнести в инспекцию лично или поручить это кому-нибудь.

Налоговая инспекция примет документы и выдаст расписку в их получении.

ВАЖНО!

При регистрации вам нужно будет указать те виды деятельности, которыми вы планируете заниматься согласно общероссийскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД). Например:

код 02.30. Сбор и заготовка пищевых лесных ресурсов, недревесных лесных ресурсов и лекарственных растений. Этот код включает сбор дикорастущих материалов: грибов, ягод, орехов, смол, морской травы, каштана, папоротника, мхов и лишайников;

код 55.20 стоит указать владельцу гостевого дома. Предоставление мест для временного (краткосрочного) проживания;

код 79.90.22. Деятельность самостоятельных экскурсоводов и гидов по предоставлению экскурсионных туристических услуг. И т. д.

Шаг 4. Получаем свидетельство

Если все документы в порядке, через 5 рабочих дней в налоговой инспекции вы можете получить:

- свидетельство о регистрации индивидуального предпринимателя;
- выписку из единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП);
- уведомление о постановке на учет физического лица в налоговом органе в качестве индивидуального предпринимателя;
- свидетельство о постановке физического лица на учет в налоговом органе (если не выдавалось раньше). В нем указывается идентифи-

кационный номер налогоплательщика — ИНН.

Шаг 5. Заводим печать и счет

После регистрации в качестве индивидуального предпринимателя и постановки на учет вы вправе (но не обязаны) изготовить собственную печать и открыть счет в банке. И печать, и банковский счет будут необходимы для заключения договоров с другими предпринимателями или организациями, а также для проведения безналичных расчетов.

После регистрации в качестве индивидуального предпринимателя у вас появляется обязанность уплачивать налог с доходов от предпринимательской деятельности. Вид и размер налогов, а также порядок их уплаты и представления отчетности определяются тем налоговым режимом (системой налогообложения), который вы выберете.

Выбор режима налогообложения, или Как платить налоги?

*Права и обязанности налогоплательщиков
У каждого налогоплательщика, в т. ч. и у вас как индивидуального предпринимателя есть свои права и обязанности.*

*Их нужно знать
и при этом помнить,
что соблюдение норм
закона вы вправе
требовать и от
налоговой инспекции!*

Для бизнеса можно выбирать «общий режим» или «специальный». ВАЖНО сделать правильный выбор.

Варианты уплаты налогов (или системы налогообложения) для индивидуальных предпринимателей:

1. **Общий налоговый режим.** (Мы не будем останавливаться на этом варианте подробно, т. к. его чаще используют уже опытные и крупные предприниматели.)
2. **Упрощенная система налогообложения (УСН).**
3. **Упрощенная система налогообложения на основе патента.**
4. **Единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН).**
5. **Единый налог на вмененный доход (ЕНВД).** (Данный вид налогообложения в скором времени выйдет из практики применения в РФ, поэтому мы также не будем рассматривать его в этом издании.)

*Специальные налоговые
режимы (УСН, ЕСХН*

*и Патент) являются
упрощенными.
Они призваны облег-
чить жизнь малому
предпринимательству.
Пока ваш бизнес
не подрастет, добро
пожаловать в ряды
«упрощенцев».*

Рассмотрим три варианта упрощенного налогообложения, подходящих для начинающего сельского предпринимателя.

Упрощенная система налогообложения (УСН) — один из самых распространенных режимов налогообложения малого бизнеса. Но применять его можно только пока ваш бизнес очень маленький.

Шаг 1. Думаем, будут ли регулярные затраты (расходы) у бизнеса

В УСН есть два варианта исчисления налога (их называют «объекты налогообложения»):

- 1) «доходы»;
 - 2) «доходы, уменьшенные на величину расходов»
- (иногда говорят «доходы минус расходы»).

ВАЖНО! При выборе объекта налогообложения учитывайте затратность вашего бизнеса, т. е. наличие постоянных и обоснованных расходов. Если расходы велики, то лучше выбрать объект «доходы минус расходы» (это выгодно для предпринимателей, занимающихся торговлей и производством). Если расходы небольшие, подойдет объект «доходы» (например, для сдачи помещений в аренду или оказания экскурсионных или консультационных услуг).

Шаг 2. Определяем ставку

Ставка налога зависит от объекта налогообложения:

- 6 % — при объекте «доходы»;
- 15 % — при объекте «доходы минус расходы».

Внимание! Вновь зарегистрированный индивидуальный предприниматель вправе уведомить о переходе на УСН не позднее 30 календарных дней с даты постановки на учет в налоговом органе, указанной в свидетельстве о постановке на учет в налоговом органе.

Сменить объект налогообложения возможно только со следующего года, письменно уведомив об этом налоговый орган до 31 декабря текущего налогового периода (года).

Как рассчитать налог

Шаг 1. Считаю, сколько платить при варианте «6 % от доходов»

Для расчета единого налога берутся все доходы предпринимателя, далее сумма доходов умножается на ставку 6 %.

Считаем на примере

Жительница села Петровское индивидуальный предприниматель Мария Николаевна сдает в аренду свой гостевой дом. Она применяет УСН (вариант налогообложения «доходы»). Размеры полученных доходов в течение первого полугодия отчетного года составили:

Период	Доходы, руб.
Январь	6 000
Февраль	8 400
Март	7 200
Итого за первый квартал	21 600
Апрель	9 300
Май	6 400
Июнь	8 100
Итого за второй квартал	23 800
Итого за первое полугодие	45 400

1. Рассчитаем сумму авансовых платежей.
Сумма за первый квартал составит:
 $21\,600 \times 6\% = 1\,296$ рублей.
2. Определим сумму авансовых платежей.
Сумма за первое полугодие составит:
 $45\,400 \times 6\% = 2\,724$ рубля.
3. Исчислим сумму налога для уплаты за первое полугодие:
 $2\,724 - 1\,296 = 1\,428$ рублей.

С учетом аванса, который уплачен по итогам первого квартала, к уплате: 1 428 рублей.

Т. к. уплаченные страховые взносы на обязательное пенсионное страхование и на обязательное медицинское страхование в фиксированном размере уменьшают авансовые платежи по налогу на доходы, рекомендуется производить их уплату в последнем месяце квартала. Эти платежи имеют фиксированный размер, который рассчитывается на основании минимального размера оплаты труда, и на 2017 год составляют: пенсионное страхование — 6 084 рубля,

медицинское страхование — 1 193,40 рубля. Итого: 6 084 + 1 193,4 = 7 277,40 рубля. Именно эту сумму заплатит Мария Николаевна по результатам года, авансовые платежи по налогу на доходы за первый и второй квартал не уплачиваются.

Такие же расчеты производятся за 9 месяцев, а за год составляется налоговая декларация.

Не позднее 30 апреля индивидуальные предприниматели представляют налоговую декларацию в налоговый орган. По итогам налоговой декларации производится доплата налога. В случае переплаты налога она будет зачтена в следующем периоде. Уплата налога по году производится не позднее 30 апреля.

Таким образом, Мария Николаевна платит только пенсионные и медицинские страховые отчисления за себя и никакой налог **при этих ее доходах** НЕ платит.

Считаем, сколько платить при варианте «15 % от „доходы минус расходы“»

Для расчета налога из суммы доходов вычитаются расходы, полученный результат умножается на ставку 15 %.

Учтите, что доходы можно уменьшить не на все расходы.

Закон и порядок. Перечень расходов, на которые может быть уменьшен доход, определен п. 1 ст. 346.16 Налогового кодекса.

Считаем на примере

Житель деревни Яблоково индивидуальный предприниматель Иван Петрович производит сувенирную продукцию и реализует ее, применяя УСН (вариант «15 % от „доходы минус расходы“»). Для своего производства он ежемесячно закупает необходимые материалы.

Размеры полученных доходов, понесенных расходов и налоговой базы (налоговая база — сумма, с которой уплачивается налог) составят:

Период	Доходы, руб.	Расходы, руб.	Налоговая база, руб.
Январь	60 000	42 000	18 000
Февраль	84 000	60 000	24 000
Март	72 000	45 000	27 000
Итого за первый квартал	216 000	147 000	69 000
Апрель	93 000	70 000	23 000
Май	64 000	42 000	22 000
Июнь	81 000	60 000	21 000
Итого за второй квартал	238 000	172 000	66 000
Итого за первое полугодие	454 000	319 000	135 000

1. Рассчитаем сумму авансовых платежей.

Сумма за первый квартал составит $69\,000 \times 15\% = 10\,350$ рублей.

2. Определим сумму авансовых платежей.

Сумма за первое полугодие составит $135\,000 \times 15\% = 20\,250$ рублей.

3. Вычислим сумму налога.

С учетом аванса, который уплачен по итогам первого квартала, за первое полугодие нужно заплатить только 9 900 рублей: $20\,250 - 10\,350 = 9\,900$ рублей.

Такие же расчеты производятся за 9 месяцев, а за год составляется налоговая декларация.

Не позднее 30 апреля индивидуальные предприниматели представляют налоговую декларацию в налоговый орган. По итогам налоговой декларации производится доплата налога. В случае переплаты налога она будет зачтена в следующем периоде. Уплата налога по году производится не позднее 30 апреля.

Однако в этой схеме действует «правило минимального налога»!

***Внимание!** Для предпринимателей, выбравших объект «доходы минус расходы», действует правило минимального налога: если по итогам года сумма исчисленного налога оказалась меньше 1 % полученных за год доходов, уплачивается минимальный налог в размере 1 % от фактически полученных доходов.*

Считаем на примере

За первый год работы, когда житель деревни Яблоково Иван Петрович только начинал свою деятельность по производству и реализации сувенирной продукции, применяя УСН (вариант «15 % от «доходы минус расходы»»), он получил доходы в размере 250 000 рублей, а его расходы составили 240 000 рублей.

1. Определяем налоговую базу (сумму, подлежащую налогообложению).
Налоговая база равна: $250\,000 - 240\,000 = 10\,000$ рублей.
2. Определяем сумму налога.
Сумма налога составит: $10\,000 \times 15\% = 1\,500$ рублей.
3. Смотрим: сумма налога (1 500 рублей) получилась меньше, чем 1 % от доходов ($250\,000 \times 1\% = 2\,500$ рублей).
4. Рассчитаем минимальный налог.
Минимальный налог равен: $250\,000 \times 1\% = 2\,500$ рублей.

Уплатить нужно именно эту сумму, а не сумму налога, рассчитанного в общем порядке.

Шаг 2. Уточняем, когда платить

Индивидуальные предприниматели, применяющие УСН (оба варианта), уплачивают:

- авансовые платежи по налогу — не позднее 25 календарных дней со дня окончания отчетного периода (первого квартала, полугодия и 9 месяцев);
- налог по итогам налогового периода (года), а также минимальный налог — не позднее 30 апреля года, следующего за истекшим налоговым периодом (календарным годом), т. е. не позднее срока, установленного для подачи налоговой декларации.

***Внимание!** По итогам отчетных периодов уплачиваются только авансовые платежи, налоговая декларация представляется только по итогам года.*

Рассмотрим следующий вариант налогообложения:

упрощенная система налогообложения на основе патента (Патентная УСН).

Эта система доступна только в регионах, где введена по решению законодателей субъектов Российской Федерации. По опыту — это самый простой и доступный вариант для начинающего сельского предпринимателя.

При применении патента индивидуальный предприниматель освобождается от уплаты ряда налогов и необходимости подавать налоговую декларацию о доходах от того вида деятельности, на который выдан патент.

Приобрести патент может индивидуальный предприниматель, нанявший на работу не более 15 человек.

Как перейти на патентную УСН?

Шаг 1. Вникаем в особенности

Перечень видов предпринимательской деятельности, подлежащих налогообложению по упрощенной системе на основе патента, ограничен.

В список входят 47 видов предпринимательской деятельности, в т. ч.:

- сдача в аренду (наем) жилых и нежилых помещений, дач, земельных участков, принадлежащих индивидуальному предпринимателю на праве собственности;
- изготовление изделий народных художественных промыслов;
- оказание услуг по перевозке пассажиров водным транспортом;
- услуги, связанные со сбытом сельскохозяйственной продукции (хранение, сортировка, сушка, мойка, расфасовка, упаковка и транспортировка);
- ведение охотничьего хозяйства и осуществление охоты;
- услуги по прокату;
- экскурсионные услуги;
- и др.

Полный перечень приведен в Приложении 7.

Шаг 2. Подаем заявление

Заявление подается в налоговую инспекцию не позднее чем за один месяц до начала применения УСН на основе патента. Заявление может быть подано лично, отправлено по почте или в электронном виде через интернет.

ВАЖНО! Индивидуальный предприниматель может приобрести патент на срок от 1 до 12 месяцев. Если ИП ведет несколько видов деятельности, патент необходимо приобретать для каждого из видов отдельно.

Как платить?

Стоимость патента не зависит от размера фактически полученного (или неполученного) индивидуальным предпринимателем дохода. Для расчета среднегодовой стоимости патента берется сумма установленного по каждому виду предпринимательской деятельности потенциально возможного дохода.

Внимание! Все доходы индивидуального предпринимателя нужно регистрировать в специальной книге.

Закон и порядок. Форма Книги учета доходов индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения на основе патента, утверждена приказом Минфина России от 31.12.2008 года № 154н.

Шаг 1. Определяем потенциально возможный доход

Размер потенциально возможного дохода для конкретных видов деятельности устанавливается законами субъектов Российской Федерации. Эта информация открыта, она представлена на сайте налоговой инспекции вашего региона.

Шаг 2. Рассчитываем среднегодовую стоимость патента

Для этого сумму потенциально возможного дохода умножаем на ставку 6 %.



Если предприниматель получает патент не на год, а на более короткий срок, стоимость патента пересчитывается в соответствии с периодом, на который приобретен патент.

Внимание! Налоговым периодом при использовании этого режима признается срок, на который выдан патент.

Шаг 3. Оплачиваем патент

Патент оплачивается в два этапа:

- 1/3 стоимости — не позднее 25 календарных дней после начала действия патента (п. 8 ст. 346.25.1 Налогового кодекса);
- оставшаяся часть — не позднее 25 календарных дней по окончании действия патента (п. 10 ст. 346.25.1 Налогового кодекса).

Таким образом, для применения патентной системы становится НЕВАЖНО, какой реальный доход вы получаете от своей предпринимательской деятельности. Для расчета стоимости патента государство, в лице вашего субъекта РФ, уже установило размер «потенциально возможного дохода» для вас.

Стоимость патента будет зависеть еще от количества привлекаемых вами работников.

Внимание! При применении УСН на основе патента вы вправе нанять работников, но не более 15 человек. С выплат работникам нужно удерживать НДФЛ и уплачивать страховые взносы.

Сколько надо платить за патент?

Считаем на примере

На сегодняшний день в Камчатском крае для Патентной УСН для муниципальных районов

(кроме Елизовского) установлены следующие цифры доходности на некоторые виды деятельности:

- **сдача в аренду (найм) жилых помещений, дач**, земельных участков, принадлежащих индивидуальному предпринимателю на праве собственности (**1 объект**).

Потенциально возможная доходность установлена в размере 90 тысяч рублей в год.

Стоимость патента составит **5 500 рублей в год**;

- **изготовление изделий народных художественных промыслов**, а также
- **услуги, связанные со сбытом сельскохозяйственной продукции** (хранение, сортировка, сушка, мойка, расфасовка, упаковка и транспортировка).

Потенциально возможная доходность:

- 50 тысяч рублей в год, если вы работаете один;
- 75 тысяч рублей в год, если вы привлекаете к своему делу еще одного работника.

Стоимость годового патента составит:

- 3 000 рублей, если вы один;
- 4 500 рублей, с привлечением одного человека.

- **экскурсионные услуги.**

Потенциально возможная доходность:

- 50 тысяч рублей в год (без привлечения наемных работников).

Стоимость патента составит **3 000 рублей в год**.

Применение патента в байдарочном туризме

Сельский предприниматель Геннадий из Калининградской области занимается организацией туров на байдарках и каноэ по каналам и рекам Полесско-

го района. Он зарегистрировал ИП и перешел на патентную систему налогообложения. Патент Геннадий берет не на весь год, а только на 3 летних месяца, в которые активно работает с туристами. Стоимость патента на год составляет 6 000 рублей или 1 500 рублей за 3 месяца. Прежде чем перейти на эту систему, Геннадий просчитал все варианты — этот получился для него наиболее выгодным.

Единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН)

Если вы производите сельскохозяйственную продукцию, то ЕСХН — оптимальный выбор. При этом режиме вы платите всего 6 % с разницы между доходами и расходами.

Шаг 1. Вникаем в особенности

ЕСХН разработан и введен специально для производителей сельскохозяйственной продукции. К ней относится продукция растениеводства, сельского и лесного хозяйства, животноводства, в т. ч. полученная в результате выращивания и доращивания рыб и других водных биологических ресурсов. Если индивидуальный предприниматель не производит сельхозпродукцию, а только осуществляет ее первичную или последующую (промышленную) переработку, он не вправе применять ЕСХН.

Закон и порядок. Порядок признания сельскохозяйственным товаропроизводителем определен пп. 2, 2.1 ст. 346.2 Налогового кодекса, перечень сельскохозяйственной продукции установлен п. 3 ст. 346.2.

Шаг 2. Выясняем, с чего платить

Налог уплачивается с прибыли, полученной индивидуальным предпринима-

телем от всех видов деятельности. Прибыль — это разница между доходами и расходами за год (или полугодие).

Шаг 3. Оцениваем доходы

Важное ограничение при применении ЕСХН — в общем объеме дохода от реализации товаров (работ, услуг) на долю сельскохозяйственной продукции собственного производства должно приходиться не менее 70 %.

Шаг 4. Оцениваем доходы

Сумма ЕСХН (авансового платежа по налогу) = налоговая база × ставка налога, где:
налоговая база = доходы, полученные за год (или полугодие), минус расходы, произведенные за год (или полугодие).

Ставка налога равна 6 %.

Считаем на примере

Жительница деревни Мамоново индивидуальный предприниматель Лидия Васильевна, применяя ЕСХН, занимается разведением и продажей кур.

Размер полученных доходов и произведенных расходов составляет:

Период	Доходы, руб.	Расходы, руб.
Январь	100	90
Февраль	120	100
Март	80	50
Апрель	90	40
Май	150	70
Июнь	110	50
ИТОГО за первое полугодие	650	400

1. Определяем налоговую базу за полугодие. Налоговая база за отчетный период (полугодие) составляет:
 $650\ 000 - 400\ 000 = 250\ 000$ рублей.

2. Определяем сумму платежа за полугодие.
Авансовый платеж по налогу за первое полугодие составляет:
 $250\,000 \times 6\% = 15\,000$ рублей.

Шаг 5. Уточняем, когда платить

- авансовые платежи по итогам отчетного периода — не позднее 25 июля;
- сумму налога по итогам налогового периода (календарного года) — не позднее 31 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом годом.

Шаг 6. Подаем заявление

Подать заявление о применении ЕСХН вы можете вместе с пакетом документов для государственной регистрации вас как индивидуального предпринимателя.

*Минимальный
обязательный платёж
для всех индивидуальных
предпринимателей
с годовым доходом
до 300 000 рублей
составляет
29 109,6 рубля
в год!*

Сравнение упрощенных налоговых режимов для индивидуальных предпринимателей

Режим	Налог	Объект налогообложения	Ставка	Налоговый период	Представление налоговой декларации
УСН	Упрощенная система налогообложения	Доходы	6 %	Календарный год	По итогам года
		Доходы, уменьшенные на величину расходов	15 %		
ЕСХН	Единый сельскохозяйственный налог	Доходы, уменьшенные на величину расходов	6 %	Календарный год	По итогам года
ПСН	Уплата стоимости патента	Потенциально возможный к получению годовой доход	6 %	Зависит от срока действия патента, но не более календарного года	Не представляется

Какой режим выбрать для вашего малого бизнеса — решать вам (УСН, ЕСХН или патентную систему). Все зависит от конкретного вида деятельности, которым вы будете заниматься.

Из практики сельского предпринимательства других регионов налоговая нагрузка при патентной

системе, как правило, бывает наименьшая. Можно сказать, что это самая простая и выгодная схема для начинающих свое дело на селе. Но мы не призываем всех предпринимателей перейти на патентную систему. Каждый сам для себя должен решить, какой режим налогообложения ему выгоднее и удобнее применять.

ПОЛЕЗНО!

Помимо налоговых выплат индивидуальный предприниматель обязан делать платежи в фонды обязательного пенсионного страхования (ПФР) и обязательного медицинского страхования (ФФОМС). Посчитать их очень просто.

Общее правило для всех индивидуальных предпринимателей, плательщиков страховых взносов, которые *не производят выплаты и иные вознаграждения физическим лицам*, независимо от специальных режимов налогообложения следующее:

Объектом обложения страховыми взносами признается минимальный размер оплаты труда (МРОТ). На 2017 год МРОТ установлен в размере 7 800 рублей.

Если величина дохода ИП за расчетный период не превышает 300 000 рублей, то платеж в пенсионный фонд составит 24 336 рублей в год, платеж в фонд обязательного медицинского страхования — 4 773,6 рубля в год. Всего фиксированные социальные платежи: 29 109,6 рубля в год.

Если величина дохода ИП за расчетный период превышает 300 000 рублей, то к фиксированному платежу в пенсионный фонд добавляется 1 % от суммы дохода ИП, превышающего 300 000 рублей за расчетный период.

Например. Доход ИП за год — 800 000 рублей. Платеж в пенсионный фонд составит: $24\,366 + 1\% \text{ от } 500\,000 (800\,000 - 300\,000) \times 1\% = 5\,000 \text{ руб.}$

Итого $24\,366 + 5\,000 = 29\,366$ рублей.

Платеж в ФФОМС останется неизменным: 4 773,6 рубля.

Применение контрольно-кассовой техники (ККТ)

Все наличные денежные расчеты проводятся

при помощи кассового аппарата. Хлопот с ним немало: зарегистрировать, следить за исправностью и главное — правильно применять! А можно ли обойтись без него? Исключения есть.

Если деятельность индивидуального предпринимателя связана с наличными денежными расчетами при продаже товаров, выполнении работ или оказании услуг, то нужно приобрести и зарегистрировать в налоговой инспекции контрольно-кассовую технику (ККТ).

Регистрация ККТ

После приобретения ККТ нужно выполнить три простых шага.

Шаг 1. Заключаем договор

Индивидуальный предприниматель заключает договор на техническую поддержку ККТ с уполномоченным лицом — центром технического обслуживания ККТ.

Внимание! Эксплуатация контрольно-кассовой техники без договора о технической поддержке запрещена.

Шаг 2. Подаем документы


Для регистрации потребуются следующие документы:

- заявление на регистрацию;

Закон и порядок. Форма заявления на регистрацию (перерегистрацию, снятие с учета) контрольно-кассовой техники утверждена приказом Минфина России, ФНС России от 09.04.2008 года № ММ-3-2/152.

- паспорт ККТ;
- договор на техническую поддержку.

Закон и порядок. Перечень документов определен Положением о регистра-



ции и применении контрольно-кассовой техники, используемой организациями и индивидуальными предпринимателями, утвержденным постановлением Правительства РФ от 23.07.2007 года № 470.

Документы можно подать в налоговый орган лично, придя в установленное приемное время, либо направить по почте.

Шаг 3. Получаем карточку ККТ

После осмотра и регистрации ККТ налоговая инспекция выдает карточку регистрации ККТ. С этого момента все наличные денежные расчеты, связанные с продажей товаров, выполнением работ или оказанием услуг, осуществляются на законных основаниях.

Внимание! Карточка регистрации контрольно-кассовой техники должна храниться у индивидуального предпринимателя по адресу, указанному в карточке регистрации в течение всего срока эксплуатации.

Кто освобожден от применения ККТ?

1. **Организации и индивидуальные предприниматели в случае оказания услуг населению** в соответствии с порядком, определяемым Правительством РФ, могут осуществлять наличные денежные расчеты без применения контрольно-кассовой техники при условии выдачи ими соответствующих бланков строгой отчетности (закон № 54-ФЗ). Те предприниматели, которые работают на патенте, имеют право на выдачу бланков строгой отчетности в упрощенном порядке. Индивидуальные предприниматели, оказыва-

ющие услуги населению (а также при применении патентной системы налогообложения) для осуществления наличных денежных расчетов без применения ККТ вправе использовать самостоятельно разработанный документ, в котором должны содержаться все предусмотренные реквизиты (наименование документа; порядковый номер, дата его выдачи; наименование (ФИО); ИНН; наименование и количество оплачиваемых товаров или услуг; сумма наличной оплаты в рублях; должность, фамилия и инициалы лица, выдавшего документ, и его личную подпись).

Утверждение формы такого документа уполномоченными федеральными органами исполнительной власти не требуется.

Учет бланков отчетности ведется в книге учета бланков документов. Листы такой книги должны быть пронумерованы, прошнурованы и подписаны индивидуальным предпринимателем.

2. **Организации и индивидуальные предприниматели, находящиеся в отдаленных или труднодоступных местностях**, утвержденных органами государственной власти субъекта РФ, могут осуществлять наличные денежные расчеты без применения ККТ и без выдачи бланков строгой отчетности. К сожалению, перечень таких местностей в настоящее время утвержден не везде. Однако в некоторых регионах РФ перечень отдаленных или труднодоступных местностей уже установлен. Однако по данному вопросу индивидуальному предпринимателю необходимо проконсультироваться дополнительно у органов своей местной исполнительной власти.

Усть-Большерецкий муниципальный район в Камчатском крае входит в перечень районов Крайнего Севера и приравненных к ним местностей, а также иных отдаленных, малонаселенных и труднодоступных местностей, утвержденный Правительством РФ в 2012 году.

3. **Организации и ИП, занимающиеся определенными видами деятельности**, в силу специфики своей деятельности либо особенностей своего местонахождения могут производить наличные денежные расчеты без применения контрольно-кассовой техники при осуществлении следующих видов деятельности:

- торговля на рынках, ярмарках, в выставочных комплексах, а также на других территориях, отведенных для осуществления торговли (за исключением находящихся в этих местах магазинов, павильонов, киосков, автолавок), при торговле непродовольственными товарами;
- разносная мелкорозничная торговля продовольственными и непродовольственными товарами (за исключением технически сложных товаров и товаров, требующих определенных условий хранения и про-

дажи) с ручных тележек, корзин, лотков;

- «услуги гостиничного хозяйства». При этом т. к. гостевые дома относятся по классификации гостиниц к «другим местам размещения», владельцы гостевых домов имеют право выдавать физическим лицам документы строгой отчетности (приравняемые к чекам) по утвержденным формам, но без применения ККТ.

Внесение изменений в ЕГРИП (Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей)

Если у вас изменились фамилия или адрес, придется вносить изменения в ЕГРИП. От вас потребуется немного — собрать документы и уведомить свою налоговую инспекцию.

Прекращение деятельности индивидуального предпринимателя

Если в какой-то момент вы поймете, что больше не хотите заниматься предпринимательской деятельностью, вы можете закрыть свое дело. Процедура очень проста. Необходимо сообщить об этом в налоговую инспекцию и получить свидетельство о прекращении деятельности.

Лицензирование

В сфере сельского туризма никакие виды деятельности не подлежат обязательному лицензированию при реализации в Российской Федерации.

Продажа дикоросов

В статье 11 Лесного кодекса РФ указано, что граждане имеют право свободно и бесплатно для собственных нужд осуществлять заготовку и сбор дикорастущих плодов, ягод, орехов, грибов, других пригодных для употребления в пищу лесных ресур-

сов (пищевых лесных ресурсов), а также недревесных лесных ресурсов. Ст. 32 ЛК РФ: жители лесных деревень, желающие продать грибы, ягоды или орехи, чтобы заработать дополнительные для существования средства, должны зарегистрировать индивидуальное предпринимательство и действовать в рамках обычного режима предпринимательства, действующего в РФ.

Лицензия нужна только при продаже на экспорт, за пределы РФ. Для сбора и продажи внутри страны лицензия не нужна. Нужен только сертификат или декларация соответствия на продукцию.

Сертификация и декларирование продуктов питания

Сертификация пищевой продукции представляет собой процедуру подтверждения качества и соответствия стандартам качества. В данный момент все виды продуктов питания подлежат только декларированию соответствия, а не обязательной сертификации. Процедура сертификации (декларирования) продуктов питания происходит независимо от производителя и потребителя и удостоверяется в письменной форме. Не нужно забывать, что декларирование также является обязательной формой подтверждения качества.

Данная процедура начинается с обращения заявителя в орган по сертификации с предложением о проверке продукции на предмет их соответствия определенным требованиям в целях получения сертификата соответствия либо регистрации декларации о соответствии.

Заявителем согласно Закону о техническом регулировании является физическое или юридическое лицо, которое для подтверждения соответствия принимает декларацию о соответствии или обращается за получением сертификата соответствия, получает сертификат соответствия.

Декларирование соответствия является формой обязательного подтверждения соответствия продукции и иных объектов требованиям технических регламентов. Осуществляют декларирование соответствия, как правило, изготовители и продавцы с использованием определенных схем декларирования соответствия. Принятая декларация о соответствии подлежит регистрации.

Порядок оформления декларации соответствия на продукты питания:

Подача и рассмотрение заявки в орган по сертификации. Срок оформления декларации соответствия на продукты питания обычно составляет несколько дней

Предоставление образцов на испытание в лабораторию

Анализ показателей результатов испытаний и принятие решения о том, возможна ли выдача декларации о соответствии или добровольного сертификата качества

Регистрация декларации о соответствии. Декларация оформляется на срок до трех лет

Отличительной особенностью декларации соответствия является тот факт, что при сертификации пищевой продукции ранее проводился инспекционный контроль предприятия, а при декларировании данная процедура не требуется.

Получить Форму декларации соответствия, а также рекомендации по ее заполнению вы можете в Торгово-промышленной палате Камчатского края: г. Петропавловск-Камчатский, пр-т Карла Маркса, д. 29/1, тел.: (4152) 25-22-86,

(4152) 25-23-80. Либо в любом коммерческом аккредитованном центре по сертификации, где за дополнительную плату вам помогут оформить и подать документы должным образом.

Нужен ли сертификат, декларация соответствия?

В соответствии с п. 3 ст. 46 ФЗ «О техническом регулировании» Правительство Российской Федерации утвердило перечень продукции, подлежащей обязательной сертификации в национальной системе ГОСТ Р, а также декларированию соответствия в этой же системе. Скачать данное постановление или сам перечень вы можете в интернете или получить, обратившись в Торгово-промышленную палату Камчатского края.

Определить, нужен ли сертификат соответствия, не так сложно. Перечень разбит на два раздела. В первом перечислены товары, на которые в обязательном порядке нужно получать сертификат соответствия. Во втором отражена продукция, которая подлежит обязательному декларированию. Если нашли интересующую вас продукцию в первом списке, необходим сертификат соответствия. Если во втором, значит, оформляется декларация о соответствии.

Если товар не отражен ни в первом, ни во втором перечне, значит, продукция не подлежит сертификации и декларированию. Производитель может в таком случае оформить добровольный сертификат соответствия или разъяснительное письмо о том, что продукция не подлежит сертификации. Данные письма также выдает орган по сертификации.

Примеры

Сертификация свежих и замороженных ягод

Даже дикая ягода может содержать токсины и другие соединения, негативно влияющие на

здоровье. Именно поэтому прежде чем попасть в руки потребителя этот продукт должен пройти процедуру подтверждения соответствия нормам техрегламента ТР ТС 021/2011, который отвечает за пищевую продукцию. Исключение составляет все, что собрано для личного потребления или выращено на подсобном участке: сертификация ягоды в этом случае не предусмотрена, т. к. она не предназначена для продажи.

Согласно требованиям регламента ТР ТС 021/2011 на ягоду оформляется декларация соответствия. Этот же документ требуется и на варенье, джем и прочие продукты переработки ягодного сырья.

Процедура подачи и регистрации декларации

Отправной точкой процесса сертификации ягоды будет ее идентификация. Устанавливается происхождение продукта и его назначение. Это очень важный этап оценки соответствия, т. к. именно в этот период осуществляется определение принадлежности к тому или иному регламенту, а также устанавливается схема, по которой продукт будет проходить оценку. Как правило, ягоды декларируются как обычный пищевой продукт.

Пакет документов от заявителя

Копия ИНН и выписка из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП)

Описание ягоды как товарного продукта

Акт лабораторных экспертиз

Именно результаты испытаний являются основанием для принятия решения по регистрации декларации в Едином реестре. Если нормы безопасности не нарушены, заявителю выдается соответствующий документ, а данные о нем занос-

сятся в реестр. С этого момента процедура сертификации ягоды считается завершенной, а продукт может быть свободно реализован.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Устьянские соки (село Бестужево Устьянского района Архангельской области)



Устьянский район — экологически чистая территория, которая находится в центре северной тайги вдали от вредных промышленных предприятий. Устьянский народ славится своим хлебосольством, здесь берегут

старинные секреты традиционной северной кухни и щедро делятся с гостями всем, что умеют сами. Именно эти секреты являются главным богатством этой удивительной земли.

Предприниматели одного села решили объединиться и основать сельскохозяйственный кооператив, который будет заниматься заготовкой, переработкой лесных ягод и созданием сока прямого отжима. С ноября 2009 года началось производство абсолютно натуральных стопроцентных соков прямого отжима с сахаром и без сахара (черничного, брусничного, клюквенного, малинового) по шведской технологии. Соки не содержат консервантов, красителей, ароматизаторов; рецепты почерпнуты из местной истории, а ягода вся — местная, собранная руками жителей села. Лесная ягода покупается у них по весьма конкурентной цене.

Сейчас этот бизнес принадлежит одной семье, это мать и дочь. Производство расположено на своем участке в обычном сарае. Бизнес развивается успешно. Сегодня соки из Устьянского района можно заказать в Москве и Московской области с доставкой на дом, купить в Санкт-Петербурге, Архангельске, а также приехать и попробовать прямо на месте. Локальные туроператоры хорошо знают и гордятся этим производством, завозят желающих в фирменный магазин и рассказывают об этом бренде данной территории.

Сертификация грибов

Оформление сертификата качества на грибы или декларации не нужно, если вы производите

грибы для собственного употребления, например, консервация или сушка грибов на зиму. Но сертификация грибов необходима, если вы производите их с целью дальнейшей реализации.

Сертификация грибов производится в форме декларирования соответствия.

Порядок процедуры декларирования соответствия

Заявитель должен обратиться в Торгово-промышленную палату Камчатского края или другой аккредитованный сертификационный орган (центр) и подать заявку.

Предприятие (или предприниматель), которое хочет оформить сертификат на сушеные или быстрозамороженные грибы, должно быть зарегистрировано в России. Поэтому перед оформлением сертификата на грибы заявитель (производитель или поставщик) должен собрать пакет сопроводительных документов, в которых должна быть полная информация о заявителе, месте нахождения предприятия, изготавливаемой продукции и т. д.

Исследование образца

Получить сертификат на грибы или декларацию о соответствии удастся только после того, как методом лабораторных исследований образца будет доказана безопасность продукции и ее хорошее качество.

Иван-чай

Иван-чай (кипрей узколистный), как и другие продукты питания, подлежит декларированию соответствия по техническому регламенту Таможенного союза о безопасности пищевой продукции. Необходимо оформление протокола испытаний и декларации соответствия ТР ТС (Техническому регламенту Таможенного союза).

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Bronski чай (Шенкурский район Архангельской области)



В последние годы интерес к иван-чаю растет, его производят сегодня уже во многих регионах России, появились даже специализированные интернет-магазины. Один из ярких предпринимателей, работающих в этой области, — Михаил

Б. из Архангельской области. Михаил попробовал делать чай из кипрея узколистного еще в далеком 1999 году. За эти годы он нашел свои рецепты ферментирования чая, создания травяных сборов, разработал оригинальную фирменную упаковку с важной росписью (Вага — это река и историческая провинция в Архангельской области). Михаил — художник, поэтому дизайн упаковки для своей продукции, сайт, рекламные материалы он создает сам и делает их непохожими на других. Себя Михаил позиционирует не просто как бизнесмена, а как социального предпринимателя, который не только зарабатывает сам, но и создает рабочие места в северной деревне, а также сохраняет традиционное природопользование и историко-художественное (важская роспись) наследие территории. Он сотрудничает с другими мастерами (северные пряники-козули, туса, деревянные ложки, керамические чайники и пр.), продвигая всю продукцию под своим, уже достаточно крепким и известным брендом. Важно, что продукция Михаила стоит дороже, чем у конкурентов, однако достаточно активно раскупается, в т. ч. жителями Москвы, Санкт-Петербурга, Архангельска и других городов. Покупают ее как туристы, приезжающие в регион, так и просто любители иван-чая — через почтовую доставку, интернет-магазин. Если вы планируете развивать свой бизнес в этой сфере, имеет смысл посмотреть, как это делает Михаил.

Рыба

Рыба в любом виде: копченая, вяленая, свежая и т. д. сертификации не подлежит, но подлежит обязательному декларированию соответствия. На копченую рыбу необходимо оформить прото-

кол испытаний и декларацию соответствия. Пока не принят технический регламент на рыбную продукцию, оформляются декларации соответствия ГОСТ Р.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Рыбный магазин в Полесске (Калининградская область)

Очень вдохновляющий пример для тех, кто планирует развивать свой бизнес в этой сфере. Маленький городок Полесск (6 000 жителей) славится в области как место, богатое рыбой. Здесь рядом и Куршский залив Балтийского моря, и многочисленные реки, и рукотворные каналы. Это край, куда стремятся все рыбаки региона. Тем не менее до недавнего времени в Полесске негде было купить местную рыбу. Сделать это можно было только через знакомых, а стороннему туристу — никак. Один из местных предпринимателей 5 лет назад решил исправить эту ситуацию и открыл совсем крохотный рыбный магазинчик у трассы на выезде из Полесска. Не магазинчик даже, так, скорее, ларек. Изначально была выбрана очень четкая политика: хозяин работает только с местной рыбой, хорошо знает всех рыбаков, продукт всегда свежий и хорошего качества. За пять лет магазин сильно расширился и в размерах, и в плане ассортимента и стал обязательной точкой посещения всеми организованными туристами, которые приезжают в район. О нем пишут отзывы в интернете, его рекомендуют гиды и туроператоры. И теперь эта торговая точка — одна из достопримечательностей Полесского района. Ехать в рыбный край и не купить рыбы — такая ниша обязательно должна быть заполнена.

Другие виды продуктов пищевого производства, подлежащих обязательному декларированию соответствия:

- сухие овощи и смеси сушеных овощей, картофель, фрукты, ягоды, грибы;
- продукция быстрозамороженная, включая плоды, ягоды, овощи, грибы;
- овощи, грибы, фрукты (соленые, маринован-

ные, квашеные, моченые, включая капусту квашеную, огурцы и помидоры соленые);

- полуфабрикаты плодовые и ягодные;
- рыба сушеная, вяленая, копченая, соленая, маринованная и другая рыбная продукция, готовая к потреблению (без сельди);
- овощные культуры (свежие капуста, свекла, лук, чеснок, томаты, перец, огурцы, др.);
- фруктовые культуры;
- плоды, ягоды, грибы дикорастущие (свежие клюква, брусника);
- травы высушенные, листья высушенные, сборы;
- др.

Бдительное отношение к своему здоровью — гарантия долгих лет жизни и отсутствия проблем со здоровьем. Покупатели, которые заботятся о своем

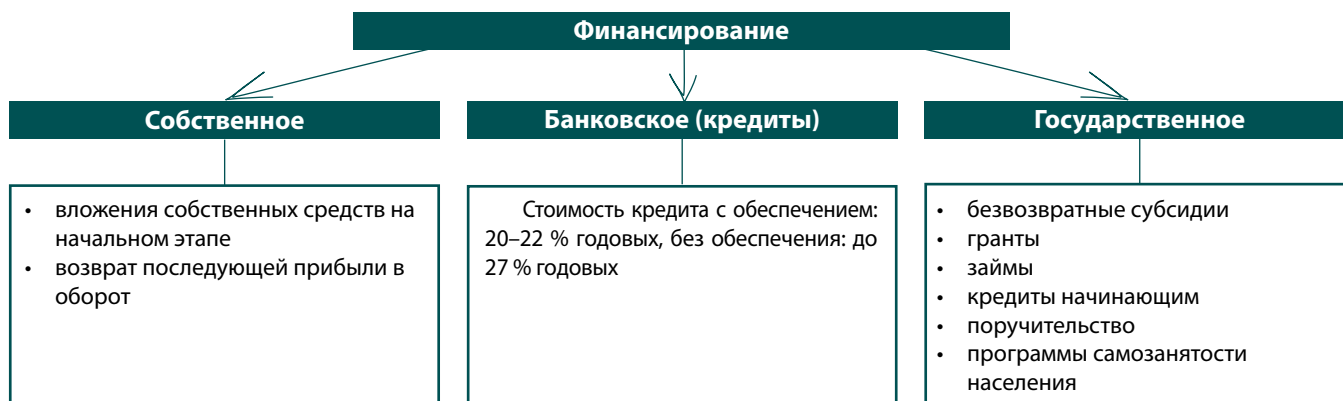
здоровье и здоровье своих детей, не станут пренебрегать здравым смыслом, а будут покупать только те товары, на которые у продавца есть соответствующий документ, подтверждающий качество. Сертификация продуктов питания (всех категорий) призвана подтвердить тот факт, что данный продукт безопасен для здоровья человека.

С 2015 года действует Ассоциация «Камчатские дикоросы», это сообщество экологически ответственных заготовителей и переработчиков пищевых лесных ресурсов Камчатки. Целями организации в т. ч. является содействие развитию предпринимательской деятельности и **помощь предпринимателям**, осуществляющим заготовку, хранение и переработку пищевых лесных продуктов. Сайт ассоциации: <http://kamdikoros.ru>.

Глава 6. Источники финансирования малого бизнеса.

Проектная деятельность

Финансирование малого бизнеса — вопрос, с которым сталкивается каждый предприниматель, ведущий свое дело. Наиболее остро он стоит в начале организации своего дела, однако не менее актуален и на дальнейших стадиях развития бизнеса.



С **собственными средствами** предпринимателя все понятно — можно сразу вложить в дело собственные средства, а можно начинать и без вложений на начальном этапе, а в дальнейшем, когда появится собственная прибыль, возвращать ее в оборот. Все зависит от выбранного вами дела, ваших возможностей и необходимых темпов.

Кредитование малого и среднего бизнеса — классическая для всех банков услуга. Учитывая, что рынок крупных корпоративных заемщиков уже давно поделен банками, а сегмент малого и среднего бизнеса постоянно растет, активность банков на рынке кредитования малого бизнеса также активно растет. Обращаться за кредитом в первую очередь стоит в тот банк, где у вас открыт расчетный счет. В этом случае банк будет «рад», что вы обратились за до-

полнительной услугой и на вас помимо расчетно-кассового обслуживания можно еще дополнительно заработать денег. К тому же собирать типовый пакет документов будет проще: все необходимые юридические составляющие пакета документов уже есть в вашем деле (формируется при открытии расчетного счета). Вы также вправе обратиться в любой другой банк. Условия у всех банков похожие, требования к заемщикам практически одинаковые. Однако на данный момент этот инструмент в нашей стране достаточно дорого стоит. Кредит с обеспечением залога будет стоить вам 20—22 % годовых, без обеспечения — до 27 % годовых при низких сроках кредитования (в среднем три года).

Остановимся подробнее на **государственном финансировании** малого бизнеса. Об этом мало

кто знает и очень мало кто пользуется, однако подобных программ для малого предпринимательства в Камчатском крае очень много. Далеко не каждый регион РФ может похвастаться такими обширными возможностями государственной поддержки!

К программам господдержки малого предпринимательства относятся: безвозвратные субсидии, гранты, займы, льготное кредитование, кредиты начинающим (в т. ч. под открытие своего дела), кредиты под государственное поручительство, программы самозанятости населения. Также в регионе

существуют бизнес-инкубаторы, как государственные, так и коммерческие. Это организации, занимающиеся поддержкой проектов молодых предпринимателей на всех этапах развития: от разработки идеи до ее воплощения, в т. ч. помогают с финансированием.

Ниже в таблице приведен далеко не полный перечень учреждений, которые работают с субъектами малого и среднего предпринимательства (далее СМСП).



Более подробно:

1. КГКУ «Камчатский центр поддержки предпринимательства»

683024, г. Петропавловск-Камчатский, пр. 50 лет Октября, д. 4, каб. 512, 513, тел.: (4152) 27-00-07, 27-05-45, сайт: центрподдержки.рф.

Учреждение предоставляет субсидии субъектам малого и среднего предпринимательства, в т. ч.

осуществляющих деятельность в области ремесел, народных художественных промыслов, сбора и переработки дикоросов (дикорастущие плоды, ягоды, орехи, грибы, семена, березовый сок, лекарственные травы и подобные ресурсы) до 500 тысяч рублей на финансирование затрат, связанных с приобретением оборудования, комплектующих к нему, грузовых транспортных средств, материалов, инвентаря.

2. Микрокредитная компания «Камчатский государственный фонд поддержки предпринимательства»

Учредитель фонда: Агентство инвестиций и предпринимательства Камчатского края.

683040, г. Петропавловск-Камчатский, пл. Ленина, д. 1, тел. (4152) 42-56-59.

Микрозаймы начинающим субъектам малого и среднего предпринимательства. Максимальная сумма: 750 тысяч рублей, процентная ставка: 8 % годовых, на 3 года. Микрозаймы льготным категориям субъектов малого и среднего предпринимательства Максимальная сумма: 1 миллион 500 тысяч рублей, процентная ставка: 8 % годовых.

К льготным категориям относятся:

- индивидуальные предприниматели и юридические лица, являющиеся представителями коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации;
- индивидуальные предприниматели, имеющие инвалидность (вне зависимости от группы);
- индивидуальные предприниматели — женщины, имеющие 3-х и более детей в возрасте до 21 года;
- индивидуальные предприниматели, имеющие на иждивении детей-инвалидов до 18 лет;
- и др.

Микрозаймы на развитие бизнеса СМСП, осуществляющим деятельность в сфере сельского хозяйства, производства, оказания услуг. Максимальная сумма: до 2 миллионов рублей, процентная ставка: 10 % годовых, на 3 года.

Подробную информацию об условиях предоставления микрозаймов читайте в Правилах предоставления микрозаймов СМСП микрофинансовой

организацией «Камчатский государственный фонд поддержки предпринимательства»: http://www.kamfond.ru/services/PRAVILA_MICRO_2016.pdf

3. Министерство экономического развития и торговли Камчатского края

683040, г. Петропавловск-Камчатский, пл. Ленина, д. 1, тел. (4152) 42-56-80, www.kamchatka.gov.ru, www.kamgov.ru/minecon.

Субсидии и гранты, в т. ч. начинающим предпринимателям, микрозаймы, льготное кредитование, гарантии и поручительства, бизнес-инкубаторы, консультирование.

4. Министерство сельского хозяйства, пищевой и перерабатывающей промышленности Камчатского края

683017, г. Петропавловск-Камчатский, ул. Владивостокская, д. 2/1, тел. (4152) 22-98-00, www.kamgov.ru/minselhoz.

Субсидии и гранты, в т. ч. начинающим предпринимателям, консультирование.

5. Краевое государственное казенное учреждение «Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг в Камчатском крае»

683024, г. Петропавловск-Камчатский, пр. Рыбаков, д. 13, тел. (4152) 30-24-02.

Субсидии и гранты, в т. ч. начинающим предпринимателям, в т. ч. предоставление единовременной финансовой помощи при государственной регистрации юридического лица, индивидуального предпринимателя либо крестьянского (фермерского) хозяйства.

6. Коворкинг-центр «Созидание» при поддержке Администрации Петропавловск-Камчат-

ского городского округа и Министерства экономического развития, предпринимательства и торговли Камчатского края

683024, г. Петропавловск-Камчатский, пр. 50 лет Октября, д. 17, тел.: (4152) 23-52-90, (4152) 23-52-13. Бизнес-инкубаторы, консультирование, информирование.

7. Гарантийный фонд развития предпринимательства Камчатского края

683024, г. Петропавловск-Камчатский, пр. 50 лет Октября, д. 4, оф. 520, тел. (4152) 41-05-83, <http://gfkam.ru>.

Предоставление поручительства перед кредитными организациями до 50 % от суммы кредитного договора.

Портал малого и среднего предпринимательства Камчатского края: www.smb.kamchatka.gov.ru.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Беспроцентные займы частного фонда «Наше будущее»

Помимо государственных программ поддержки малого предпринимательства в России существуют и негосударственные. Их пока немного, но они постепенно появляются, и в них также можно участвовать всем, кому необходимы дополнительные кредитные средства для начала своего дела, но при этом нет возможности платить большие банковские проценты. Основной негосударственный «игрок» в этой сфере сегодня — фонд «Наше будущее».

Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» — некоммерческая организация, чья миссия состоит в поддержке социального предпринимательства в России. Фонд на конкурсной основе выдает беспроцентные кредиты размером до 10 миллионов рублей действующему бизнесу и до 500 тысяч рублей — начинающим предпринимателям. Это очень выгодный кредитный механизм относительно любого банковского кредита. Правда, получить его может не любой проект. Во-первых, ваш проект должен быть не просто бизнес-

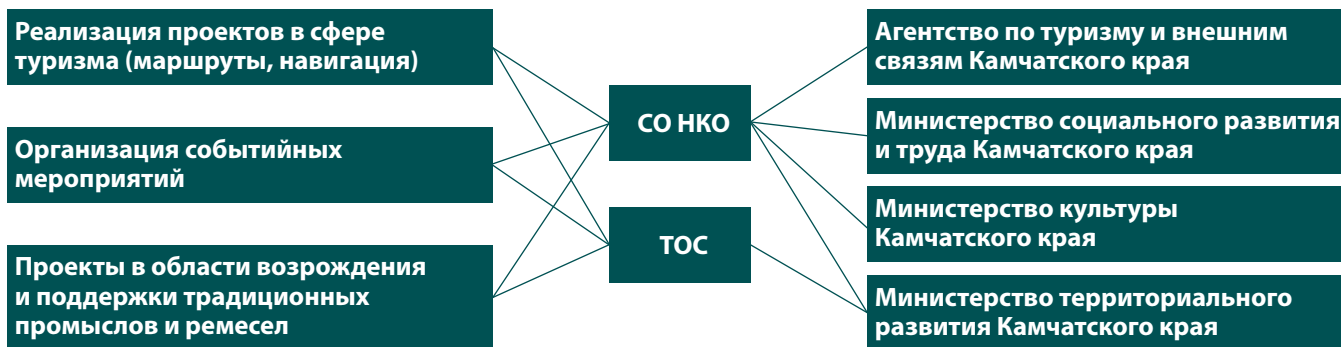
идеей, а проектом в области социально ориентированного бизнеса. Коротко — это тот бизнес, который не только зарабатывает деньги, но и помогает решать какие-либо социальные проблемы. Во-вторых, вы должны подготовить бизнес-план или описание проекта (о том, как это сделать, вкратце смотри ниже) и победить в конкурсе фонда. Однако если ваши намерения серьезные и преследуют в т. ч. и социальные цели, эти усилия того стоят. Все подробности о работе фонда и социальном предпринимательстве доступны на сайте: <http://www.nb-fund.ru>.

В числе проектов-победителей данного конкурса есть и камчатский пример. Камчатский центр социального туризма «Росомаха» ИП Мещанкина А. В. был поддержан в рамках конкурса в 2015 году и получил беспроцентный заем в 6,5 миллиона рублей сроком на 7 лет. Центр предлагает гостям Камчатки определенные туристские услуги (размещение в гостевых домах, экскурсии и турпрограммы, транспортное обслуживание) и параллельно развивает социальное направление — на льготной основе работает с социально незащищенными группами туристов, такими как молодежь и инвалиды. На создание условий (помещение, оборудование и пр.) для работы с этими группами отдыхающих центр и получил беспроцентный кредит от фонда «Наше будущее».

Отдельно следует сказать, что существует также иная государственная поддержка для предпринимательской деятельности в сельском туризме. Это поддержка некоммерческих социально ориентированных организаций (СО НКО) и поддержка территориального общественного самоуправления (ТОС).

Проекты этих организаций должны быть социально ориентированными и не подразумевают извлечение прибыли. В рамках государственного гранта можно организовать и провести событийное мероприятие в своем районе, установить информационные щиты или навигацию для туристов, организовать ремесленную мастерскую или разработать мастер-классы по традиционным промыслам.

Учреждения, которые на конкурсной основе финансируют подобную активность, приведены в таблице на с. 115.



Если у вас есть НКО или вы хотите создать ТОС в вашем поселке, вам надо обратиться в указанные министерства, где вы сможете получить конкурсную документацию (форму заявки, положение о конкурсе проектов и сроки его проведения), а также все консультации по вашему вопросу.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

«Культурная мозаика малых городов и сел» и Театр берестяных масок в ХМАО



Помимо региональных существуют и всероссийские конкурсы проектов, в которых могут участвовать СОНКО. Победители конкурсов получают безвозвратное финансирование (гранты) на воплощение своих идей. Один из примеров всероссийских конкурсов — программа «Культурная мозаика малых городов и сел» благотворительного фонда Елены и Геннадия Тимченко. В рамках программы ежегодно получают поддержку проекты СО НКО и учреждения культуры сельских территорий и малых городов. Подробная информация доступна на сайте: <http://timchenkofoundation.org/activities/initiatives/mosaic>.

Один из проектов, победителей конкурса в 2015 году — «Театр берестяных масок» в Белоярском районе Ханты-Мансийского автономного округа. Авторы проекта выступили с инициативой возродить традици-

онное искусство народа ханты — праздник Медвежий игрища. Многие в древней культуре ханты уже забыты — даже на родном языке говорят далеко не все жители села Казым, где проходил фестиваль. Организаторы восстановили старинный обычай, обучили местных жителей, в т. ч. детей отдельным песням и танцам, своими силами поставили спектакль. Фестиваль посетило около тысячи жителей, что для маленького села очень хороший результат. Сделали организаторы и свою сувенирную продукцию — куклу в берестяной маске.

Подобные проекты, связанные с проведением ярких праздников и возрождением местной культуры, даже забытой или изначально плохо известной, имеют шансы на победу в конкурсах для СО НКО. Разумеется, для их воплощения необходимо участие всего местного сообщества.

Бизнес-план, или «Проект» вашего начинания

Бизнес-план — план (программа) ваших действий, содержащая сведения о предпринимателе, товаре или услугах, их производстве, рынках сбыта, ценах, маркетинге и их эффективности.

Планирование бизнеса — определение целей и путей их достижения посредством каких-либо намеченных и разработанных программ действий, которые в процессе реализации могут корректироваться в соответствии с изменившимися обстоятельствами.

Планирование бывает краткосрочным (на

1 год), среднесрочным (до 5 лет) и долгосрочным (свыше 5 лет), его еще называют «стратегическим».

Бизнес-план служит двум основным целям:

- он дает инвестору ответ на вопрос, стоит ли вкладывать средства в данный инвестиционный проект;
- служит источником информации для лиц, непосредственно реализующих проект.

Написать грамотный бизнес-план — отдельная сложная и кропотливая работа. Важно понимать, нужен ли он вам в его классическом виде. В настоящее время даже кредитные организации (если вам придется обращаться в них за кредитом) уходят от требования предоставить бизнес-план. Действительно необходим он бывает только для крупных инвестиционных проектов.

Предпринимательские проекты местных жителей в сфере сельского туризма редко предполагают наличие крупных официальных инвесторов. Поэтому подробно мы остановимся на понятии «проект», как на источнике информации для лиц, непосредственно его реализующих, а также для всех заинтересованных лиц (партнеров). Написание проекта также понадобится вам для подачи на конкурс субсидий или конкурс проектов для получения государственного финансирования.

Как написать успешный проект, или Основы проектной деятельности

Понятие проекта

Проект — ограниченное во времени предприятие (мероприятие), направленное на создание уникальных продуктов и услуг или получение принципиально новых результатов.

«Проект — это проблема, решаемая по расписанию».

Шаг 1. Придумайте название проекта

Название проекта должно быть четким, ясным и понятным, без дополнительных объяснений.

Шаг 2. Опишите проблему (потребность)

Описание потребности (что хочет турист, группа туристов), которую вы решите (удовлетворите), занимаясь вашим делом. Опишите проблему, которую можно решить вашим проектом, потребность, которую нужно удовлетворить.

Например:

- отсутствие достаточного количества мест размещения туристов, посещающих юг Камчатского края, в поселке N;
- нехватка предложений в сфере организации досуга для туристов;
- нет достаточного количества предложений «правильной» сувенирной продукции.

Шаг 3. Проектная идея

Из описания проблемы рождается проектная идея.

Проблема → **Проектная идея**

Решение проблемы — это идеи, выдвинутые на ее решение. Идея, которая наиболее полно решает проблему, может быть принята как основная.

Шаг 4. Развитие идеи

Развитие идеи приводит:

- к описанию целей проекта;
- ожидаемым результатам;
- представлению о возможном потребителе;
- пониманию запросов и интересов потребителя.

Шаг 5. Описание ситуации, или SWOT-анализ

Для описания ситуации проекта на данной территории можно использовать метод SWOT-анализа. Его название образовано от первых букв английских терминов, он раскрывает сильные и слабые стороны вашего проекта, его возможности и угрозы.

Этот метод позволяет проанализировать проект с позиции каждой из четырех указанных выше сторон, что дает полное представление о ситуации и рисках проекта.

По результатам SWOT-анализа пишется краткое описание ситуации проекта.

Шаг 6. Целевая аудитория, или Потребители

Потребители, на которых направлен проект, — кто будет являться получателем (покупателем) вашего продукта, услуги. Какие именно это туристы (семьи, дети, любители активного отдыха, рыбаки, иностранцы, др.) и что они получают в ходе реализации вашего дела.

Так может выглядеть начало SWOT-анализа вашего проекта:

Внутренние факторы	Внешние факторы
Сильные стороны <ul style="list-style-type: none">• уникальное географическое положение;• наличие ООПТ как сильного партнера рядом;• постоянный спрос на услуги / поток;• повышенный интерес туристов, раскрученный бренд территории;• наличие туристских ресурсов (перечислите каких именно, в т. ч. личных);• опыт и квалификация (своя и партнеров, участвующих вместе с вами в реализации идеи);• наличие необходимых специалистов (каких) для реализации проекта среди местных жителей;• самобытный образ жизни, культура, традиции, ремесла, промыслы;• др.	Возможности <ul style="list-style-type: none">• новые потребности, мода на «осмысленный» туризм, на «отдых в селе», на познание самобытности территории;• увеличение количества туристов;• снижение безработицы, повышение уровня занятости населения;• спрос на новые виды продукции, новые виды услуг;• изменение общественного мнения к жизни в сельской местности;• др.
Слабые стороны <ul style="list-style-type: none">• плохая транспортная доступность;• низкий уровень сервиса;• недостаточность ресурсов или сбой в снабжении;• недостаточная информированность потребителей о продукции, услугах;• высокие цены;• пассивное поведение жителей;• неразвитая инфраструктура для внутреннего и въездного туризма;• низкий уровень услуг и их высокая стоимость;• др.	Угрозы (риски) <ul style="list-style-type: none">• экономический спад;• сезонность;• изменение предпочтений туристов;• снижение уровня жизни населения;• спад досугового туризма в целом;• рост цен на расходные и строительные материалы;• ухудшение качества природной среды;• др.

Шаг 7. Сформулируйте вашу цель

Целями проекта могут быть:

- продукт, который следует произвести;
- услуга, которую следует оказать;
- мероприятие, которое следует провести;
- результат, которого следует достичь.

Цель должна быть конкретна, измерима, достижима, выгодна и выполнена в определенные сроки.

Цель проекта должна быть сформулирована кратко.

Например:

- разработка трехдневного маршрута для групп туристов (5—8 человек), протяженностью 20 км, с двумя ночевками, питанием и экскурсиями по ходу следования;
- организация производства экосувениров из природного материала на базе собственной мастерской (квартира, сарай, чердак дома) с производительностью 100 единиц в месяц;
- разработка и организация трех мастер-классов для туристов по народным ремеслам;
- др.

Шаг 8. Задачи проекта

Задачи проекта еще более конкретны. Они определяют, как будет выполняться процесс. Как именно вы придете к достижению вашей цели, что (пошагово) для это вы будете делать.

Например:

Задача 1: закупить оборудование, материалы, снаряжение, др.;

Задача 2: найти и изучить материалы по теме;

Задача 3: ... и т. д., до полной ясности — с чего вы будете начинать, как двигаться и как дойдете до финального результата.

Шаг 9. Календарный план работ по проекту

В календарном плане:

- 1) определяется перечень работ и их очередность;
- 2) прописывается, как будут выполняться эти работы (краткое описание процесса работы);
- 3) указывается, кто будет выполнять работы (названия ИП, ООО, эксперты, сами, семья, местные жители, сколько человек);
- 4) определяются сроки выполнения (с указанием дат начала и окончания работ).

Календарный план пишется в таблице:

№	Мероприятие	Описание работ	Исполнитель	Срок выполнения
1	2	3	4	5

Шаг 10. Описание процесса реализации

Краткое описание, как будет продвигаться ваш проект, какие работы проводятся своими силами, какие силами местных жителей, какие работы выполняет подрядчик; консультации у специалистов; способы доставки расходных и / или строительных материалов; обеспечение ресурсами: связь, электроэнергия, интернет; использование транспорта; порядок выявления и устранения несоответствий и т. д.

«Проектное видение» собственного дела помогает четче сформулировать мысли и продумать все, даже самые мелкие детали предварительной подготовки. Этот метод помогает в планировании, организации и контроле своей деятельно-

сти не только начинающему предпринимателю, но и может быть использован неоднократно далее, при создании любого нового продукта, новой услуги, при разработке нового направления действий.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

«Дом жизни» деревни Лямца — опыт написания проекта сельскими жителями

Вот пример простого, но красивого проекта, который разработали жители крошечной деревни Лямца Онежского района Архангельской области за три дня семинара «10 шагов к успешному проекту» в Кенозерском национальном парке. Этот проект благодаря активности парка уже получил финансовую поддержку и будет реализован в течение 2017 года. Но этой поддержки бы не было, если бы заявители не смогли четко сформулировать свои цели, задачи и мероприятия, рассчитать смету, определить уже имеющиеся в их распоряжении (подчас неочевидные!) ресурсы.

Название проекта: «Дом жизни» деревни Лямца.

Автор проекта: ТОС «Новая жизнь».

Проблема: отсутствие в деревне Лямца места для общения жителей всех возрастов.

Люди уезжают из деревни. Теряется историческое наследие — старинные лоцманские дома, в т. ч. здание нынешнего клуба, который находится в плохом состоянии. Забывается история. Школа на грани закрытия, нет возможностей для организации досуга детей.

Цель проекта: к сентябрю 2017 года открыть «Дом жизни» в деревне Лямца на базе существующего здания клуба.

Задачи проекта:

1. Отремонтировать старинное здание клуба (бывший лоцманский дом).
2. Оформить музейную комнату на основе существующих экспонатов и краеведческой информации.
3. Оборудовать комнату для обучения детей.
4. Оборудовать комнату и закупить материалы для проведения мастер-классов.
5. Торжественно открыть «Дом жизни».

Календарный план работ включает расписанные очень детально мероприятия, а именно: ремонт здания клуба (разборка печи, разборка старой сцены, заливка фундамента, замена нижних венцов и пр.); косметический ремонт здания (покраска потолка, окон, полов); создание музейной экспозиции (разработка плана музейной комнаты, сбор экспонатов, оформление и пр.); оборудование комнаты для обучения детей (перевоз мебели из библиотеки и пр.); оборудование комнаты для мастер-классов (покупка мебели, заготовка сырья для мастер-классов и пр.); торжественное открытие (подготовка праздничной программы, печать дипломов и пр.).

Смета проекта рассчитана так же детально. Определено необходимое количество стройматериалов для ремонта, мебели, подсчитаны транспортные расходы на доставку оборудования из города Онега и пр. Стоимость всего проекта: **221 590 рублей**.

Источники финансирования проекта:

- 1) собственные средства ТОС (уже привлеченные ранее от спонсоров) — **79 300 рублей**;
- 2) привлеченные (спонсорские) средства, в т. ч. личные средства местных жителей — **41 000 рублей**;
- 3) запрашиваемые средства — **101 290 рублей**.

Показатели эффективности проекта:

- 1) количество посетителей праздничных мероприятий в клубе увеличится в полтора раза по сравнению с 2016 годом;
- 2) количество посетителей мастер-классов — 30 % от численности населения Лямцы;
- 3) количество посетителей музейной комнаты — не менее 30 человек за сезон;
- 4) количество жителей деревни, принявших активное участие в выполнении проекта, — не менее 30 % от общей численности населения.

Внутренние правила пользования гостевым домом

Здравствуйте, наши уважаемые гости!

Мы благодарны вам за выбор нашего гостевого дома. Хозяина этого дома зовут _____, (телефон: _____), хозяйку _____, (телефон: _____).

Чтобы ваш отдых протекал спокойно и размеренно, просим ознакомиться с правилами проживания в нашем гостевом доме.

- По прибытии в гостевой дом просим вас предъявить хозяйке дома удостоверение личности.
- Просим вас зарегистрировать себя в Книге регистрации гостей.
- Оплата за проживание осуществляется вперед за весь срок проживания. Внесение вами оплаты за проживание означает согласие на оговоренные условия, поэтому рекомендуем внимательно ознакомиться с договором оказания услуг (прилагается).
- При заселении внимательно осмотрите дом, выясните у хозяев, где что находится, проверьте работоспособность электробытовых приборов.
- Просим вас не курить в доме и бережно относиться к имуществу. В случае поломки имущества по вашей вине вам придется возместить нам стоимость утраченной вещи.
- Просим вас соблюдать тишину в ночное время (с 23.00 до 7.00 часов).
- Просим вас разделять твердые бытовые отходы при складировании: бумагу складывать в печку, пищевые отходы — в зеленое ведро под раковиной, жесткую пластиковую тару, использованные памперсы и другую пластмассу — в синее ведро.
- Для организации экскурсионного обслуживания внимательно прочтите размещенную в данной папке информацию. На все дополнительные вопросы вам ответят владельцы дома.
- Страхование от несчастного случая и укуса клеща производится у индивидуального предпринимателя _____ (или в ООО _____), находящегося в нашем селе по адресу: ул. _____. В случае наступления страхового случая вы должны обратиться в районную больницу (или в сельский медпункт), тел.: _____, адрес: _____.
- Перед отъездом просим вас сдать дом хозяйке и убедиться, что вы ничего не забыли.
- Просим вас немедленно ставить нас в известность о возникновении любых непредвиденных ситуаций, которые вызывают у вас вопросы или неудобства в нашем гостевом доме.
- Просим вас бережно относиться к природе, не ломать кустарники, не оставлять мусор в лесу и на берегу рек.
- После отдыха просим вас оставить свой отзыв, заполнив анкету, которая размещена в этой папке.

Мы будем вам очень благодарны, если вы познакомите с этими правилами всех членов вашей семьи (группы). Желаем вам приятного отдыха!

Правила личной безопасности

1. Купаться только в безопасных местах, не нырять с берега. Купаться рекомендуется не дальше 2-х метров от берега.
2. Не пить из источников сомнительного происхождения.
3. После прогулок в лес осматривать себя и членов своей семьи (группы). В случае укуса клещом сразу обратиться в медпункт. (При планировании отдыха рекомендуется сделать прививку от клещевого энцефалита или запастись таблетками, снижающими риск заболевания.)
4. Не находиться под воздействием прямого солнечного излучения более 0,5 часа (особенно в горах).
5. Не разводить костры в лесу; на полянах не оставлять костры без присмотра, особенно в ночное время. Покидая стоянку, залить костер водой.
6. При самостоятельных прогулках в лес на расстояние более 5 км иметь проводника из местного населения.
7. Не входить в контакт с домашними животными в отсутствие хозяина (собаки, коровы, телята, лошади, жеребята, козы, гуси и т. д.).
8. Не оставлять детей без присмотра, не разрешать детям лазить по крышам хозпостроек, заборам.
9. Ценные вещи рекомендуется сдать на хранение главе принимающей семьи.
10. Бережно относиться к природе, не захламлять берега рек, не рубить деревья и кустарники, не повреждать травяной покров, не загрязнять водоемы. В местах, отведенных под временные туалеты, делать ямки и засыпать все землей.
11. Соблюдать правила противопожарной безопасности при проживании в доме, соблюдать технику безопасности при пользовании электроприборами, не оставлять без присмотра растопленные печь, камин, баню.

С правилами ознакомлен(а), обязуюсь их выполнять и довести до сведения членов семьи (группы).

_____ подпись, дата

Памятка для владельца гостевого дома

Последовательность действий по подготовке к приему туристов в гостевом доме:

1. Зарегистрировать предпринимательскую деятельность по виду «сдача жилья внаем».
2. Завести Книгу учета доходов и расходов, Книгу учета гостей.
3. Приобрести пронумерованные бланки строгой отчетности.
4. Собрать необходимые разрешительные документы:
 - справку из сельской администрации о наличии скота;
 - ветеринарную справку о здоровье скота;
 - пройти медкомиссию и заполнить санитарную книжку члену семьи, который зарегистрировался предпринимателем.
5. Приобрести аптечку первой медицинской помощи.
6. Приобрести огнетушитель и подготовить средства для тушения пожара.
7. Застраховать гражданскую ответственность перед гостями.
8. Завести журнал отзыва гостей.
9. Разработать рекламную продукцию и продумать рекламную кампанию.
10. Скачать, распечатать и внимательно изучить ГОСТ Р 56641-2015 «Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования».
11. Неукоснительно следовать обязательным требованиям данного ГОСТа.
12. Стремиться налаживать работу своего гостевого дома в соответствии с рекомендательными требованиями данного ГОСТа, а также других официальных нормативных документов, указанных в главе «Гостевые дома».

Полезные советы хозяину гостевого дома

- Не стесняйтесь! Гордитесь своим домом, старым амбаром, кроликами, курами, деревянным крылечком, котом, греющимся на лужайке. Помните, для горожан это экзотика.
- Не жалуйтесь на правительство, местные власти, а также на погоду и вообще на все то, что вам неподвластно. Старайтесь заострять внимание гостей на позитивных моментах.
- Нельзя стыдиться того, что гости могут увидеть на вашей усадьбе или ферме, в деревне, в доме. «Правильная она или неправильная, это — моя родина».
- Гости — не денежные мешки, а люди, наделенные чувствами и эмоциями.
- Двери в жилых комнатах должны запираются изнутри.
- Прежде чем приступить к текущей уборке, хозяйке следует согласовать время с гостями.
- Платяной шкаф надлежит ежедневно открывать и проветривать, а также следить, чтобы в нем было достаточно вешалок для одежды.
- Не пренебрегайте окружающим пейзажем! Подумайте, как ваш дом после ремонта будет смотреться на фоне соседних зданий. Деревенский дом должен оставаться деревенским на фоне вашей деревни.
- Не используйте в отделке дома и интерьера сайдинг и иной пластик. Не стремитесь создать «городской» стиль. Люди едут в деревню не за этим!
- Вы можете принимать в своем доме и на приусадебном участке любых гостей, которые вам нравятся. Это ваше право, гарантированное статьей Конституции РФ о свободе личности.
- Если ваши гости — туристы, подумайте о том, что большинство туристов хотят иметь гарантии своей безопасности в широком смысле этого слова. Они не хотят заболеть из-за условий проживания и питания, хотят сохранить в целостности свое имущество и вообще хотят многого, например, психологического комфорта.
- Если разобраться, многие из них предпочли бы быть гостями у хозяев, которые гарантировали бы все это. Другими словами — у профессиональных хозяев.
- Быть профессиональным хозяином не так сложно. Вы можете зарегистрироваться как предприниматель в любой удобной для вас форме. Например, как предприниматель без образования юридического лица. Если вы не хотите регистрироваться, есть вариант сотрудничества с туристскими фирмами или другими организациями.
- Чтобы развлечь ваших гостей, вы можете устроить для них экскурсии, пикники, рыбалки и пр. собственными силами и силами членов вашей семьи. Хорошо, если рядом есть музей, музей-заповедник или природоохранная территория, в которых разрабатываются туристские программы. А вы можете предоставлять другие услуги в сфере гостеприимства: размещать гостей, кормить, доставлять и т. п.
- Попытаться быть профессиональным хозяином не так сложно. Быть хорошим и успешным хозяином — как все хорошее — требует труда, затрат и определенного таланта.

**Образец договора туристической фирмы с хозяином гостевого дома
на оказание услуг по краткосрочному проживанию**

Договор оказания услуг по краткосрочному проживанию № ____

_____ область
_____ район

« ____ » _____ 2017 г.

Мы, нижеподписавшиеся,

гражданин (ка) _____

Паспорт _____ прописан _____

выдан _____

свидетельство о государственной регистрации

(для предпринимателей)

именуемые в дальнейшем «принимающая сторона»,

а также _____

именуемые в дальнейшем «организующая сторона», заключили договор о нижеследующем:

1. Предмет договора

Прием, размещение, обслуживание гостей _____ района в доме принимающей стороны, в населенном пункте _____ района для самостоятельного отдыха.

2. Обязанности сторон

2.1. Принимающая сторона обязуется:

- в дни заездов встретить гостей по договоренности _____, проводить их до места отдыха и обратно по окончании отдыха _____ (на автобусе, иным способом);
- разместить гостей согласно договору в _____ (адрес, населенный пункт). Владелец дома _____;
- обеспечить безопасность для жизни и здоровья гостей в месте проживания;
- способствовать беспрепятственному получению медицинской помощи: вызов скорой медицинской помощи, организация доставки до медицинского учреждения и т. п.;
- проинструктировать о правилах техники безопасности и поведения в чрезвычайных ситуациях во время самостоятельных путешествий по территории _____ района.

2.2. Организующая сторона (_____) обязуется:

- проводить мероприятия по привлечению туристов в _____ район;
- регулировать заполняемость дома, сроки приезда и выезда гостей;
- формировать контингент отдыхающих по желанию хозяина;
- предоставить принимающей стороне необходимую информацию об историко-культурных, природных и других памятниках, рекреационных ресурсах _____ района;
- уважать обычаи, традиции населенного пункта, уважительно относиться к традициям принимающей семьи.

3. Права сторон

3.1. Владелец дома имеет право:

- расторгнуть договор в случае грубого систематического нарушения гостями условий проживания, осуществления действий, создающих угрозу нанесения вреда здоровью и имуществу владельца дома.

3.2. Организующая сторона (_____) имеет право на расторжение договора и возмещение убытков в случае невыполнения условий настоящего договора.

4. Взаиморасчеты

4.1. Стоимость услуг составляет _____ рублей (на 1 человека _____ рублей) и выплачивается принимающей стороне в размере _____ % в _____-дневный срок после продажи гостевой путевки организующей стороной. Оставшаяся сумма (_____ рублей) выплачивается принимающей стороне по окончании пребывания гостей в гостевом доме. День приезда и день отъезда считаются за один день.

4.2. Организующая сторона производит необходимое удержание налогов и сумм, подлежащих выплате принимающей стороне.

5. Ответственность сторон

5.1. За неисполнение либо ненадлежащее исполнение договорных обязательств стороны несут ответственность в соответствии с действующим законодательством РФ.

5.2. Организующая сторона не несет ответственность за срыв, задержку заезда по вине гостей _____ района, а также за нарушение правопорядка, нахождение в состоянии опьянения, незаконное хранение оружия и иные неправомерные действия посетителя. В этом случае посетитель возмещает прямые убытки, вызванные срывом, задержкой заезда.

5.3. Ответственность за своих несовершеннолетних детей несет посетитель.

5.4. В случае отказа туристов от заезда в гостевой дом за 5 дней принимающая сторона возвращает полученную предоплату, за 2 дня и менее — деньги не возвращаются.

5.5. В случае срыва заезда по вине принимающей стороны (хозяин дома) виновник обязан возместить организующей стороне все понесенные убытки (штрафы, неустойки, упущенная выгода и т. д.).

6. Общие положения

6.1. Срок действия договора с «__» _____ 201__ года
по «__» _____ 201__ года.

6.2. Договор составлен в двух экземплярах, по одному для каждой из сторон.

6.3. Спорные вопросы по договору разрешаются на основе действующего законодательства РФ.

6.4. Претензии по договору предъявляются в письменной форме в течение 21 дня с момента окончания действия договора и подлежат удовлетворению в течение 10 дней после получения претензии.

7. Дополнительные условия

Скидки составляют:

- для пенсионеров: _____ %
- для детей от 3 до 10 лет _____ %
- для детей от 10 до 14 лет _____ %
- дети до 3-х лет принимаются без оплаты (спальное место не предоставляется).

8. Подписи сторон

Гражданин(ка) _____

паспорт: серия _____ № _____

прописан _____

_____ подпись

МП

_____ подпись

Чем занять гостей дополнительно?

К дополнительным услугам относятся: активный отдых, организация досуговых программ, оздоровление.

Активный отдых

- рыбалка и охота
- сбор грибов и ягод
- походы и прогулки, экскурсии по окрестностям
- фотоохота
- спортивные игры (волейбол, футбол, настольный теннис)
- аренда (спортивного, рыболовного, охотничьего) инвентаря
- верховая езда и др.

Конечно же, хозяин должен хорошо знать свой район. Предложить дополнительную информацию о местной продукции или ремеслах. Знать и рассказать о художниках, ремесленниках, культурных достопримечательностях, местных преданиях и проводимых мероприятиях.

Досуговые программы

Можно предложить туристам стать не зрителями, а полноправными участниками деревенской жизни. Например: принять участие в дойке коров, поучаствовать в настоящем субботнике (туристов выстраивают в колонну, вручают им флаг и под гармошку ведут на работу на чей-нибудь огород. В течение часа «участники субботника» с энтузиазмом помогают по хозяйству какому-нибудь деревенскому жителю, а потом в соответствии с традицией данного мероприятия хозяева их угощают, все завершается походом в баню). Программа пользуется большим успехом — туристы, похоже, получают истинное удовольствие не столько от физического труда на свежем воздухе, сколько от участия в «советском обряде».

Предложения бывают самые разнообразные:

- деревенские праздники
- свадьбы
- корпоративные мероприятия
- спортивные мероприятия (участие в нетрадиционных видах спорта: перекидывание гири, сдвигание телеги)
- музыкальные вечера у костра
- мастер-классы (приготовление еды в русской печи, традиционная народная кухня, дегустация домашних вин, пива, кваса, соков, изготовление настоев из трав по старинным рецептам, приготовление творога, масла, процесс изготовления льняных изделий)
- мини-музеи (ремесел, коллекций древней сельхозтехники, домашних заготовок)
- организация экскурсий
- фотографирование в деревенских старинных костюмах

Все это могут предложить музеи, туристические фирмы, а хозяева могут предоставить необходимую информацию на русском и английском языке.

Оздоровление

К услугам оздоровления можно отнести: фитотерапию, лечебные грязи, массаж.

Хозяин, который принимает гостей, должен иметь укомплектованную аптечку для оказания первой медицинской помощи.

Аптечку необходимо периодически пополнять и обновлять содержимое. Необходимо обеспечить сохранность медикаментов.

Таблетки и драже держать в водонепроницаемых упаковках. Аптечку хранить под замком, в сухом прохладном месте.

Хозяин или члены семьи должны обладать знаниями по оказанию первой медицинской помощи отдыхающим.

Неподготовленные люди часто теряются в ситуациях несчастного случая и вместо того чтобы помочь потерпевшему (остановить кровотечение, возобновить дыхание, сердцебиение), спешат доставить его в медицинское учреждение, невзирая на его тяжелое состояние, что может привести к смерти.

Помощь хозяевам

Гости могут оказывать помощь хозяевам. Встречаются и такие туристы, которые готовы сами платить за то, чтобы научиться, как правильно это делать:

- растопка печи
- колка дров
- уход и наблюдение за домашними животными
- сельскохозяйственные работы (посадка овощей, окучивание картошки, полив грядок, сбор огурцов, прополка грядок)
- работа в сенокос

Территория

Успех хозяина, который хочет принимать и обслуживать гостей в границах своего дома, зависит от порядка и хорошего оформления усадьбы.

Со вкусом оформленные дома придадут красоту не только жилому дому, но и сельской улице. Большую роль в этом играют небольшие архитектурные формы — ограды, калитки, скамейки, теневые навесы.

- «огородный центр»
- прудик с мостиком
- искусственные водоемы
- цветники
- скульптурные композиции
- плодовые деревья
- зеленые лужайки, газоны
- навесы со столами, беседки, площадки для отдыха
- альпийские горки
- мангал

Примеры ресурсов:

1. дом для туристов на земельном участке, отведенном под фермерское хозяйство;
2. свободное помещение в доме хозяина, имеющее отдельный вход;
3. достаточное количество посуды, постельного белья, мебели;
4. приусадебный участок, хозяйство, лошади;
5. транспортное средство (автомобиль, лодка, катамаран) для оказания транспортных, рыболовных, сплавных услуг;
6. сенокосные угодья, пасека (для оказания экскурсионных услуг: участие в сенокосе, сбор трав, знакомство с пасекой, покупка меда на пасеке);
7. умение ловить рыбу, находить грибы, разбираться в лекарственных травах (экскурсии);
8. владение народными ремеслами и способность обучить других (для проведения мастер-классов);
9. свободная рабочая сила;
10. знание истории и культуры своего народа;
11. знание природы, своей местности и ее достопримечательностей;
12. знание иностранного языка;
13. наличие телефона, компьютера, электронной почты.

**Перечень видов предпринимательской деятельности на селе
для получения патента**

Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 года № 117-ФЗ (ред. от 28.12.2016 года)

Статья 346.43

Патентная система налогообложения применяется в отношении следующих видов предпринимательской деятельности:

- ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий из текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий;
- оказание автотранспортных услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом;
- ремонт жилья и других построек;
- ветеринарные услуги;
- сдача в аренду (наем) жилых и нежилых помещений, дач, земельных участков, принадлежащих индивидуальному предпринимателю на праве собственности;
- изготовление изделий народных художественных промыслов;
- прочие услуги производственного характера (услуги по переработке сельскохозяйственных продуктов и даров леса, в т. ч. по помолу зерна, обдирке круп, переработке маслосемян, изготовлению и копчению колбас, переработке картофеля, переработке давальческой мытой шерсти на трикотажную пряжу, выделке шкур животных, расчесу шерсти, стрижке домашних животных, ремонту и изготовлению бондарной посуды и гончарных изделий, защите садов, огородов и зеленых насаждений от вредителей и болезней; изготовление валяной обуви; изготовление сельскохозяйственного инвентаря из материала заказчика; граверные работы по металлу, стеклу, фарфору, дереву, керамике; изготовление и ремонт деревянных лодок; ремонт игрушек; ремонт туристского снаряжения и инвентаря; услуги по вспашке огородов и распиловке дров; др.);
- услуги поваров по изготовлению блюд на дому;
- оказание услуг по перевозке пассажиров водным транспортом;
- услуги, связанные со сбытом сельскохозяйственной продукции (хранение, сортировка, сушка, мойка, расфасовка, упаковка и транспортировка);
- услуги, связанные с обслуживанием сельскохозяйственного производства (механизированные, агрохимические, мелиоративные, транспортные работы);
- услуги по зеленому хозяйству и декоративному цветоводству;
- ведение охотничьего хозяйства и осуществление охоты;
- услуги по прокату;
- экскурсионные услуги;
- обрядовые услуги;
- розничная торговля, осуществляемая через объекты стационарной торговой сети с площадью торгового зала не более 50 квадратных метров по каждому объекту организации торговли;
- розничная торговля, осуществляемая через объекты стационарной торговой сети, не имеющие торговых залов, а также через объекты нестационарной торговой сети;
- услуги общественного питания, оказываемые через объекты организации общественного питания с площадью зала обслуживания посетителей не более 50 квадратных метров по каждому объекту организации общественного питания;
- услуги общественного питания, оказываемые через объекты организации общественного питания, не имеющие зала обслуживания посетителей;
- сбор и заготовка пищевых лесных ресурсов, недревесных лесных ресурсов и лекарственных растений;
- сушка, переработка и консервирование фруктов и овощей;
- производство молочной продукции;

- производство плодово-ягодных посадочных материалов, выращивание рассады овощных культур и семян трав;
- производство хлебобулочных и мучных кондитерских изделий;
- товарное и спортивное рыболовство и рыбоводство;
- лесоводство и прочая лесохозяйственная деятельность;
- др.

Получить патенты можно одновременно на несколько видов деятельности, указанных в п. 2 ст. 346.25.1 НК РФ (п. 1 ст. 346.25.1 НК РФ).

На патентную систему налогообложения переводится только соответствующий вид деятельности. Поэтому патентная система налогообложения совмещается с другими системами налогообложения.

Перечень сайтов, через которые можно продвигать услуги в сфере сельского туризма

1. Сайты по бронированию жилья, в т. ч. сельских гостевых домов:

Международные (на русском языке):

- <https://www.airbnb.ru> — международный сайт, через который люди во всем мире сдают жилье (дома, комнаты, квартиры и пр.). Сайт очень удобен тем, что проверяет как владельцев жилья, так и туристов, дает определенные гарантии и защиту от недобросовестных хозяев и неадекватных гостей. Сдавать жилье через сайт может любой желающий как физическое лицо.
- <http://www.booking.com> — международный сайт бронирования проживания. Как правило, им пользуются крупные гостиницы и базы отдыха, но есть на сайте и предложения от небольших гостевых домов.
- <https://www.tripadvisor.ru> — международный сайт бронирования проживания с возможностью оставлять отзывы и оценивать объекты. Помимо жилья здесь много информации о пунктах питания, еде и экскурсии, и достопримечательности.

Российские:

- <http://www.101hotels.ru> — бронирование отелей, включая мини-отели и гостевые дома, по России.
- <https://www.vashotel.ru> — бронирование отелей по России и им подобные.

2. Каталоги объектов и проектов сельского туризма:

- <http://www.naselo.ru> — всероссийский каталог, на котором можно разместить информацию о средстве размещения, туре или маршруте, сельском празднике, достопримечательностях. Создан группой энтузиастов специально для продвижения объектов сельского туризма. К сожалению, в последнее время активность команды проекта резко сократилась, поэтому о возможности размещения вашей информации на сайте уточняйте у его администраторов.
- <http://www.agritourism.ru> — каталог объектов размещения и маршрутов сельского туризма на сайте «АгроТуризм Ассоциации» (Москва).
- <http://ruraldevelopment.ru> — банк проектов развития сельских территорий. На сайте есть раздел «Сельский туризм», где можно бесплатно разместить информацию о своем объекте или туре. Сайт достаточно новый, но активно пополняется.

3. «Народные» путеводители, форумы и сообщества путешественников, карты:

- <http://smorodina.com> — путеводитель по России, созданный ее жителями. Это не каталог для прямой продажи жилья или туров, но вы можете зарегистрироваться на сайте и размещать отзывы о местах размещения, событиях и достопримечательностях вашего населенного пункта.
- <https://agentika.com/ru> — сайт для самостоятельных путешественников, которые хотят зарабатывать на отзывах о своих путешествиях. За отзывы, которые оценили другие туристы, они получают небольшое вознаграждение. Вы можете абсолютно бесплатно разместить таким образом отзывы о ваших объектах или турах. Это не прямая реклама, но может работать на распространение информации о ваших объектах среди самостоятельных туристов.
- <http://strana.ru> — путеводитель по всей России с каталогами гостиниц, гостевых домов, кафе, маршрутов и готовых туров по регионам России.
- <http://awd.ru> — сайт Винского — лишь один из примеров сайтов-форумов, где самостоятельные путешественники делятся отзывами и описаниями различных маршрутов. Прямую рекламу на таких сайтах давать нельзя, но описать, к примеру, недельное путешествие по вашим местам, привлечь внимание к вашей территории — можно абсолютно бесплатно.
- Блоги путешественников собираются в сообществе <http://ru-travel.livejournal.com> в Живом Журнале, на таких сайтах как

- <http://turbina.ru>, <https://www.tourister.ru>, <http://yaturistka.ru>, <http://www.marshruty.ru> и пр.

Википедия и ее приложение Википутешествие (wikitravel.org), wikimapia.org; Яндекс.Карты и Гугл.Карты, различные «народные карты», на которые можно нанести точку с названием и фото вашего объекта, а пользователи могут ставить оценки и оставлять отзывы.

4. Продвижение авторских экскурсий:

- <https://experience.tripster.ru> — сайт предлагает необычные авторские экскурсии от местных жителей. Вы можете предлагать свои экскурсии как физическое или как юридическое лицо. Сайт берет комиссию за свои услуги, а оплату вы получаете от туристов после проведения экскурсии.

Полезные сайты по Камчатскому краю:

- <http://new.visitkamchatka.com> — официальный сайт Агентства по туризму и внешним связям Камчатского края. В разделе «Путеводитель» можно разместить информацию о местах проживания, питания, сувенирах, музеях и пр. Этот ресурс находится одним из первых по запросу «туризм камчатка», так что попасть туда будет очень полезно.
- <http://www.welcomekamchatka.ru> — туристский визит-центр Елизовского муниципального района. Можно разместить информацию об объектах проживания, услугах, экскурсиях, достопримечательностях и пр.
- <http://www.kamchatsky-krai.ru/tourism/hotels> — краеведческий сайт о Камчатском крае. В разделе «Гостиницы, отели Камчатки» есть информация и о частных гостевых домах, возможно, там со временем может быть и ваша информация.
- <http://www.kamforum.ru> — камчатский форум, раздел «Туризм». Можно разместить частные объявления, например, об организации рыбалки.

Список литературы

1. Ресурс nalog.ru.
2. Национальный стандарт ГОСТ Р 56641-2015 «Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования».
2. Материалы брошюры Федеральной налоговой службы «Создай свой бизнес. Налоговый путеводитель индивидуального предпринимателя».
4. Материалы брошюры «Методические материалы по ведению сельского туризма» / Министерство культуры Российской Федерации, Министерство культуры и туризма Калужской области. — Ч. 1. — Калуга : Ноосфера, 2015. — 72 с.
5. «Зеленый дом: методическое пособие по организации сельского туризма». / С. Г. Шилова, Н. Я. Терехова, О. Ю. Образцова, М. И. Буйволова, Н. А. Васильева. — Красноярск, 2010. — 104 с. (в части подготовки Приложений 1–6).
6. Материалы ресурса www.ecosystema.ru, автор А. С. Боголюбов, к. б. н. (в части подготовки правил поведения в живой природе).
7. Ресурс ru.wikipedia.org.
8. Материалы сети интернет (для описания некоторых отдельных кейсов).

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Что такое «сельский туризм»?.....	5
Глава 2. Виды и направления в сельском туризме	9
Сельский гостевой дом.....	9
Маршруты и экскурсии в сельском туризме	27
Мастер-классы и интерактивные программы.....	38
Сувенирная продукция.....	45
Музеи, коллекции и арт-резиденции в сельском туризме	52
Фольклор в сельском туризме	58
Событийные мероприятия в сельском туризме	60
Глава 3. Маркетинг в сельском туризме.....	68
Глава 4. Продвижение турпродукта сельского туризма.....	77
Глава 5. Как не заблудиться в лабиринтах законодательства?	91
Глава 6. Источники финансирования малого бизнеса. Проектная деятельность	111
Приложения.....	121
Список литературы.....	133



При реализации проекта используются средства, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента РФ.

Публикация осуществлена в рамках социального проекта «Школа туризма на юге Камчатки», реализуемого Автономной некоммерческой организацией «Камчатский природоохранный центр «Особая территория» совместно с федеральным государственным бюджетным учреждением «Кроноцкий государственный природный биосферный заповедник». При реализации проекта используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации № 68-рп от 05.04.2016 и на основании конкурса, проведенного Фондом поддержки гражданской активности в малых городах и сельских территориях «Перспектива».

Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное учреждение
«Кроноцкий государственный природный биосферный заповедник»
Камчатский край, г. Елизово, ул. Рябикова, 48
Тел./факс: 8 (415 31) 7-16-52; 8 (415 31) 7-39-05
zapoved@kronoki.ru
www.kronoki.ru