

МИНИСТЕРСТВО
ПРИРОДНЫХ
РЕСУРСОВ
И ЭКОЛОГИИ
РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ



Федеральное государственное
бюджетное учреждение
национальный парк
КЕНОЗЕРСКИЙ

И. В. Лебедева, С. Л. Копылова, А.В. Иванова

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ: ПОСОВИЕ ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ



УДК 75.81+65.433
ББК 379.845+338.486
Л 33



Издание осуществлено при поддержке
Министерства природных ресурсов и экологии РФ и WWF

Ответственный редактор: А.В. Иванова
Авторы: И. В. Лебедева, С. Л. Копылова, А.В. Иванова
Консультант по вопросам законодательства и налогообложения — М.И. Тестов
Фотографии: К. Кокошкин, А. Мартынова, Е. Мазилев, Д. Бастет, В. Петрукович,
А. Попов, Ю. Артемова, Е. Засухин, В. Яковлев, А. Солонтей, Ю. Ломаков, И. Шпиленок,
В. Штрик, А. Агарков, И. Бармин, С. Могутов, Л. Смирнова, Л. Боголепова
Дизайн и вёрстка: А. Мартынова

Лебедева, И. В.

Л 33 «Сельский туризм : пособие для начинающих предпринимателей : [методическое пособие] / И.В. Лебедева,
С.Л. Копылова, А.В. Иванова ; [отв. ред. А.В. Иванова] ; М-во природ. Ресурсов и экологии Рос. Федерации,
Федер. гос. бюджет. учреждение «Нац. Парк «Кенозерский». — Архангельск:
Национальный парк «Кенозерский», 2018. — 148 с.: ил. — 300 экз.

© ФГБУ «Национальный парк «Кенозерский»
© И.В. Лебедева, С.Л. Копылова, А.В. Иванова — текст
© А. Мартынова — оригинал-макет



СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
Глава 1. Что такое «сельский туризм?»	6
Глава 2. Виды и направления в сельском туризме	10
Раздел 2.1. Сельский гостевой дом	11
Раздел 2.2. Маршруты и экскурсии в сельском туризме	31
Раздел 2.3. Мастер-классы и интерактивные программы	43
Раздел 2.4. Сувенирная продукция	49
Раздел 2.5. Музеи, коллекции и арт-резиденции в сельском туризме	55
Раздел 2.6. Фольклор в сельском туризме	60
Раздел 2.7. Агротуризм	61
Раздел 2.8. Событийные мероприятия в сельском туризме	64
Глава 3. Маркетинг в сельском туризме	72
Глава 4. Продвижение турпродукта сельского туризма	84
Глава 5. Как не заблудиться в лабиринтах законодательства?	98
Глава 6. Источники финансирования малого бизнеса. Проектная деятельность	118
Приложения	134
Список литературы	147



Фото Д. Бастега

ВВЕДЕНИЕ

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, навыков, и, конечно же, сувениров, изготовленных местными жителями, которые всегда хранят в себе человеческое тепло и несут самые лучшие воспоминания о посещенных местах! Для деревень и их жителей сельский туризм — это возможность разнообразить источники дохода, создать альтернативные рабочие места (в том числе 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.

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 — это 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 деревнях и положит начало еще не одной истории успеха в Архангельской области.

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.

Выпуск пособия осуществлен по инициативе ФГБУ «Национальный парк «Кенозерский».



Глава 1. ЧТО ТАКОЕ «СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ»?

Фото Е. Мазилова

На федеральном уровне в 2015 году принят ГОСТ Р 56641-2015 «Услуги малых средств размещения. 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 задумались 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 всего несколько лет. До сих пор существует некая путаница с определением этого явления: к примеру, в разных регионах определения несколько отличаются.

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 и есть сельский туризм.

КАК НЕ ЗАПУТАТЬСЯ В ТЕРМИНОЛОГИИ?

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

Экологический туризм, в т.ч. на особо охраняемых природных территориях (таких как Кенозерский национальный парк и национальный парк «Онежское Поморье») выбирают любители дикой природы, которые приезжают насладиться ей, сфотографировать, 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 местного населения, узнать о культуре и обычаях региона (**этнографический туризм**).

Важной составляющей сельского туризма является **аграрный туризм** — посещение фермерских и личных подсобных хозяйств, агропромышленных комплексов с возможностью понаблюдать процесс производства сельскохозяйственной продукции, а зачастую и поучаствовать в нем, например, собрать урожай. Аграрный туризм часто отождествляют с сельским, но это понятие намного уже — сельский туризм включает в себя все ниже перечисленные виды отдыха.

Сельский туризм

- Сельские гостевые дома
- Экологический туризм, в т.ч. в заповедниках, национальных парках
- Активный и приключенческий туризм
- Научный и образовательный туризм
- Культурно-этнографические экспедиции
- Гастрономический туризм
- События, фестивали, праздники, лагеря
- Аграрный туризм (посещение фермерских хозяйств)

Вы можете выбрать, какое направление ближе лично вам — с него и начинать. Важно только, чтобы соблюдались ключевые принципы сельского туризма.

КЛЮЧЕВЫЕ ПРИНЦИПЫ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

01 Сельское гостеприимство

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.

02 Традиционная и домашняя кухня

Без вкусной еды в сельском туризме не обойтись. Сегодня туристы, побывавшие в разных странах и регионах, становятся все более требовательны 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 бабушка**, овощи с вашего огорода, рыбу, которую вы поймали сегодня утром.

03 Новые знания и навыки

Современные туристы 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 посоветуете, ваше предложение станет намного привлекательнее. Наличие **продуманной программы для гостей** — это то, что отличает сельский туризм от простого отдыха в сельской местности.

04 Собственное подсобное хозяйство или производство

Важная составляющая сельского подворья — хозяйство. Сельский туризм — это чаще всего дополнительное для семьи вид деятельности в сельском хозяйстве, рыболовством или иным промыслом, производством какой-либо продукции. Для городских гостей то, в чем вы профессионал, — сфера неизвестная, а поэтому очень любопытная. Если гости проявляют интерес к вашим занятиям, постарайтесь рассказать и показать им, что вы умеете. Кто-то захочет поучаствовать — предоставьте им такую возможность, не забывая о технике безопасного и технологического процесса. Для туриста ваша ежедневная рутина может стать самым ярким впечатлением от всей поездки.

05 Аутентичный внешний и внутренний облик объекта

Классический сельский туризм максимально ориентирован на сохранение традиционной культуры. Там, где сохранились старинные сельские дома и постройки, характерные для данного региона, рекомендуется не разрушать их, а восстанавливать, сохраняя традиционные материалы, интерьеры, внешний вид, 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, вашей семьи.



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.



Развитие сельского туризма ведет к созданию **новых рабочих мест**, возможностей для **получения дохода** в сельской местности и сокращает **отток активного населения** в города. Вот почему важно, чтобы объекты сельского туризма создавали сами жители, чтобы они участвовали в выполнении работ и оказании услуг на этих объектах.



фото К. Коношкина

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.
- 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.

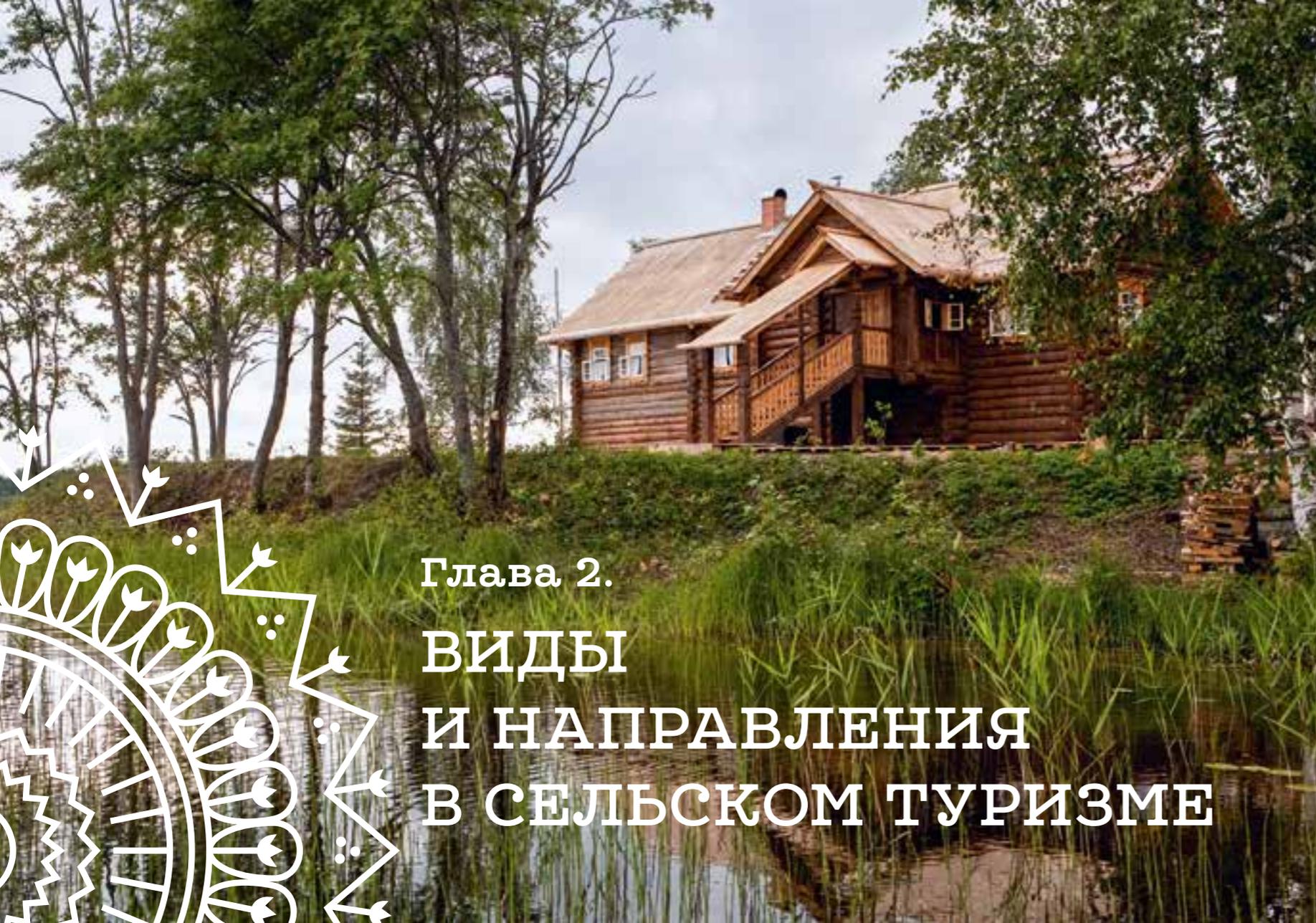
Перечень объектов сельского туризма неограничен — все, что может быть интересно гостям, можно и нужно использовать. **Очень важно только одно условие — чтобы объект удовлетворял ключевым принципам сельского туризма, как минимум двум из пяти.**

КТО МОЖЕТ ЗАНИМАТЬСЯ СЕЛЬСКИМ ТУРИЗМОМ?

Законодательных ограничений нет. Сельским туризмом в России 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.

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



Глава 2. ВИДЫ И НАПРАВЛЕНИЯ В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ

фото из архива Парка

Раздел 2.1. СЕЛЬСКИЙ ГОСТЕВОЙ ДОМ

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).

РАЗМЕЩЕНИЕ

Гостиничный бизнес является важным элементом 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 дополнительные услуги по организации питания, досуга постояльцев, экскурсионной программы и т. д.

От сельского туризма гости ожидают:

- Размеренной жизни и спокойной 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.

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

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.

Агротуризм по-итальянски

Одна из первых стран, где зародился сельский туризм, и признанный лидер в этой области — Италия. «Агротуризм» — 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 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 выжидали, так что для его хозяев дополнительный доход оказался совсем не лишним. 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 туристам. На агриколах нет никакой особой программы по развлечению гостей: хозяева занимаются повседневными 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.



Фото К. Кочошкина

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.

Для того 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

ЗАНИМАЙТЕСЬ ТЕМ БИЗНЕСОМ, КОТОРЫЙ ИНТЕРЕСЕН И БЛИЗОК ЛИЧНО ВАМ!

ключевое значение имеют первый и последний аспект. У гостевого дома могут быть некоторые 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» бизнес.

**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 практически 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 человеку, которого видит впервые в жизни. Он проводит его в дом, показывает усадьбу, угощает, знакомит со своей семьей и, если турист хочет, везет на обзорную экскурсию по окрестностям. Дополнительных денег за этот тур Сергей не берет — это, как напитки и всякие мелочи на усадьбе, входит в стоимость проживания. Она выше, 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.



Фото В. Петруквина, mapio.net



Фото Д. Басета

Успешным он будет только в том случае, если вам самим интересны люди! Если вам нравится общаться, вы умеете и любите слушать, интересуетесь человеческими судьбами, значит, гостевой бизнес — это то ваш бизнес. Значит, главная составляющая успеха у вас уже есть!

УНИКАЛЬНОСТЬ

Для того чтобы ваш гостевой дом запомнился, он должен иметь какую-то «изюминку», особенность, иными словами, уникальность. Это может быть **стиль, в котором оформлен ваш интерьер** (заметный интерес вызывает традиционный для данной местности декор). «Изюминкой» может стать одно из ваших личных **увлечений**. Например, вы что-то коллекционируете, делаете мебель своими руками, 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

ОТЛИЧАЙТЕСЬ ОТ ДРУГИХ!

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 гостями. Всегда интересно наблюдать за тем, чем люди занимаются профессионально.

НЕМНОГО О ДИЗАЙНЕ В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ

Вопрос оформления сельского гостевого дома — в числе первых и очень важных 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, сай-

Агротуризм по-белорусски

В Республике Беларусь, где сельский туризм начал развиваться раньше, чем в России, сегодня существуют уже тысячи 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 схожего качества. Решение этой проблемы придумали жители Воложинского района Минской области. Они собрались вместе и договорились ввести специализацию для каждого из своих гостевых домов, чтобы перестать быть похожими друг на друга. В результате сегодня в районе есть усадьба «Мир пчел», а есть «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.



фото А. Попова

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 «пчелиную» экскурсию) к соседям без риска его потерять, т.к. продукт разных усадеб совершенно непохож друг на друга.

динг, современные обои и заборы из яркого металлопрофиля. Старайтесь избегать всего этого, а лучше воссоздайте атмосферу старинного села или добавьте в дом 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 на полках — эти мелочи, которые хочется рассматривать и говорить о них, имеют большое значение.

Как правильно выбрать, с какими туристами работать?

К этому важному вопросу необходимо подойти внимательно.

Начинающие владельцы гостевых домов зачастую думают: «Да какая разница? Кто придет и будет согласен платить — с тем и буду работать!» Конечно, отказывать на первых порах нежелательно. Однако лучше на самом начальном этапе организации гостевого дома понять и определить «своего туриста». Тех, с кем вам будет приятнее, интереснее работать в дальнейшем. Тогда вы заранее подготовите ваш дом должным образом и оборудуете пространство теми предметами интерьера и быта, которые будут удобны и необходимы именно этой категории туристов. Например:

КАТЕГОРИИ ТУРИСТОВ**Ваши туристы в основном****Особенности данной группы туристов****Что нужно организовать в своем гостевом доме или на участке****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; учитывайте температурный режим в доме, наличие дополнительных детских кроватей, ярких элементов, посуды, других принадлежностей, связанных с детством.

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.

Обеспечить наличие связи и интернет.

Туристы с палатками

Неприхотливая категория туристов. Часто 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, необходимое для «кемпинговых» туристов. Важно обеспечить безопасность туристов, ночующих в палатках, а также проинформировать их о правилах проживания на природе в данной местности.

Ваши туристы в основном	Особенности данной группы туристов	Что нужно организовать в своем гостевом доме или на участке
Рыбаки, охотники	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 проинформировать туриста обо всех действующих на территории правилах и сроках охоты и рыбалки. В противном случае, претензии будут предъявлять вам.
Гости «одного дня» (без проживания)	Этой группе в первую очередь важна познавательная, образовательная и культурная составляющая.	Предложите им культурную программу: маршруты за пределы села, общение с домашними животными, участие в местном празднике, экскурсионное обслуживание.
Этнографы, историки, ценители традиций	Самая узкая аудитория, случайно такие туристы к вам не придут. 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. В большинстве своем это очень неприхотливые гости! Т. к. едут они не столько отдохнуть, сколько за «идеями».	Материалы и объекты по теме.

Ваши туристы в основном	Особенности данной группы туристов	Что нужно организовать в своем гостевом доме или на участке
Компании взрослых, корпоративы	Данная группа, пожалуй, самая беспокойная. Много шума, музыки, возможны алкоголь и конфликты внутри группы, все это не оставит вас, как хозяина, в стороне. Делать ставку на данную группу туристов стоит только в том случае, если не возражают ваши соседи, и, 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 и других принадлежностей, необходимых для отдыха больших компаний. Важно, чтобы гости не мешали вашим соседям. Рекомендуется предусмотреть как можно больше вариантов для активного отдыха (спортивный инвентарь для игр, прокат лыж, велосипедов и пр., продумать варианты экскурсий и прогулок по окрестностям, интерактивные программы, мастер-классы и т.п.). В ваших интересах, чтобы гости были заняты, а не просто сидели за столом.
Иностранцы	Как ни удивительно, но обычно это одна из самых комфортных групп. Они некапризны, 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 иностранного языка у хозяев (даже на минимальном уровне) или наличие англоговорящего помощника, приходящего хотя бы на пару часов в день. В этом случае создание позитивного образа вашего региона, привлекательного для иностранного туриста, становится важной составляющей вашей деятельности как «хозяина» не только гостевого дома, но и «хозяина» территории.

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, и его гостям). Приусадебный участок большой и ухоженный, с двумя скамейками и клумбой. По территории двора представлена 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 летний льняной костюм



Фото Ю. Артемовой

и отдыхает. Он сидит на своей скамейке, любит 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 и хозяйства. Он не устаёт. Или устаёт, но умеет отдыхать. Он умеет жить! И ему прекрасно живётся в деревне!

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

«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, шампунями, 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 гостям (экскурсии, катание на лодках, прокат велосипедов, мастер-классы по ремеслам и промыслам).
- Умеет разрешать конфликтные ситуации.
- Поддерживает радужную атмосферу в своем доме.
- Способен принимать к сведению замечания в свой адрес, стремится повышать качество услуг.
- И самое главное — он доволен жизнью, своим делом и местом, где он живет. 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.



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



Фото А. Шептунова

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

ВПЕЧАТЛЕНИЯ

Дополнительные услуги, которые вы можете предложить гостям: предоставление бани с венником; 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». Но если вы делаете это официально и за деньги, вам надо получить ОКВЭД «Общественное питание», пройти проверку Роспотребнадзора, иметь санитарную

книжку, иметь декларации о соответствии на продукцию.

- 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, любые другие местные ремесла и промысла). Этим можно заниматься у себя в доме или договорившись с соседом. Любая кооперация с односельчанами — это 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 всё путешествие лучше запомнится и оставит только самые позитивные впечатления!
- Экскурсионные услуги. Этому умению необходимо постоянно учиться: на курсах, через книги, пере-



Если вы водите туристов на территорию заповедника, заказника, национального парка, вам необходимо заранее согласовать это, проинформировать гостей о необходимости получения разрешения на пребывание на территории ООПТ (особо охраняемая природная территория).



нимая опыт других людей. Если в принимающей семье отсутствует человек, способный оказать качественные экскурсионные услуги, следует 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.

Людей, приехавших издалека, интересует все! Быт деревни или поселка, их окрестности, история, храмы и часовни, и даже заброшенные постройки.

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

Таким образом, предоставление иных туристских услуг может стать для вас дополнительным источником доходов. (см. Приложение б).

Рассмотрим для примера несколько вариантов предложений, которые вы можете сформировать в собственный турпродукт.

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

СДЕЛАЙТЕ ОТДЫХ У ВАС РАЗНООБРАЗНЫМ, ИНТЕРЕСНЫМ И ЗАПОМИНАЮЩИМСЯ!

Вариант 1: «Тур выходного дня».

Владелец гостевого дома предоставляет услуги по проживанию на два выходных дня (одна или две ночи) как основной пакет услуг. Дополнительно предоставляет услуги по организации рыбной ловли, пикника, прогулок в окрестностях деревни осмотра местных достопримечательностей, топит баню и т.п. Дополнительные услуги предоставляются за отдельную плату, по договоренности.

Вариант 2: «Недельный сельский тур».

Владелец сельского дома предоставляет услуги по проживанию на срок от 3 до 10 дней. К длительному отдыху туристы обычно предъявляют более высокие требования. Желательно, чтобы каждый день происходило что-то интересное. Направленность развлекательных мероприятий будет зависеть от специализации вашего хозяйства и хозяйств ваших односельчан, участвующих

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



в сельско-туристической 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.

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 поддержите тех ваших односельчан, кто делает сувениры, и зарабатываете 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.





Фото К. Коношкина

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 гостя, 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, то 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

ПОЗВОЛЬТЕ ГОСТЯМ ЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ У ВАС ЛЕГКО И НЕПРИНУЖДЕННО, КАК ДОМА

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 (отключение электроэнергии, водоснабжения и тепла). Заранее продумайте механизмы экстренной помощи при возникновении проблем со здоровьем (аллергическая реакция, отравление, укус клеща, укусы животных, другое). Имейте аптечку первой медицинской помощи и быстрый доступ к вызову врачей (связь).



Фото И. Шпиленка

 **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.

11. Будьте готовы к разрешению конфликтных и спорных вопросов. Туристы — это прежде всего потребители, которые платят, чтобы получить приятное, интересное, максимально комфортное и неустойчивое времяпровождение. Конфликтные 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. Не нужно чрезмерно навязчиво предлагать свою помощь и дополнительные услуги. Соблюдайте «золотую середину»!

(Дополнительный перечень советов: см. Приложения 2–4).

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 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.
Оснащение и оборудование гостевых домов	<p>В гостевом доме должна быть укомплектована аптечка для оказания первой доврачебной помощи. Аптечку необходимо периодически обновлять и пополнять содержимое, проверяя сроки годности медикаментов.</p>	<p>Гостевые дома рекомендуется оборудовать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • искусственным и аварийным освещением; • холодным водоснабжением (фильтрация, очистка воды или иметь запас бутилированной воды не менее чем на сутки); • горячим водоснабжением (или возможностью нагрева воды); • отоплением; • телефонной связью, доступной для гостей.
Интерьер гостевого дома		<p>В оформлении гостевого дома рекомендуется использовать колорит народного творчества и современные архитектурно-художественные традиции.</p>

Область применения	«Сельские гостевые дома должны...»	«Владельцам гостевого дома рекомендуется...»
Требования к помещениям гостевого дома	<p>Площадь комнат гостевого дома должна позволять гостю свободно, удобно и безопасно передвигаться, и использовать все оборудование и мебель. Минимальная площадь комнат не нормируется.</p>	<p>Рекомендуется:</p> <ul style="list-style-type: none"> • разделить зоны проживания гостей и хозяев; • оснастить кухню / мини-кухню: 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; • полноценность, достаточность, достоверность информации о сельском гостевом доме и предоставляемых услугах; • готовность персонала (собственников, управляющих) сельского гостевого дома к оказанию услуг. 	<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; • 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.

Область применения	«Сельские гостевые дома должны...»	«Владельцам гостевого дома рекомендуется...»	Область применения	«Сельские гостевые дома должны...»	«Владельцам гостевого дома рекомендуется...»
Требования к безопасности гостевого дома	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. Собственники гостевых домов должны обеспечить минимальный уровень риска для жизни и здоровья гостей.		Санитарно-гигиенические показатели	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). Питьевая вода, используемая для хозяйственно-питьевых целей, должна соответствовать гигиеническим требованиям, быть безопасной и безвредной по химическому составу. Собственник должен регулярно проводить уборку прилегающих территорий, мест общего пользования, помещений, обеспечить сбор и вывоз жидких и твердых отходов (наличие выгребных ям, контейнерных площадок). Регулярно проводить мероприятия по обработке территории вокруг дома по периметру от клещей, информировать гостей об опасности укусов клещей (памятка).	
Противопожарная безопасность	Собственники гостевых домов несут полную ответственность за безопасность принятых ими гостей и обязаны обеспечить противопожарную безопасность дома. Все прибывающие в гостевой дом должны быть ознакомлены с инструкцией о мерах пожарной безопасности, включая поведение при пожаре и в чрезвычайных ситуациях.	Рекомендуется иметь инструкции о мерах пожарной безопасности и первичные средства пожаротушения. Обслуживающий персонал должен знать меры пожарной безопасности и соблюдать их. Разведение костров должно производиться в специально отведенных местах под контролем персонала собственника.	Травмоопасность		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.



Требования к персоналу гостевого дома

- Персонал сельского гостевого дома должен быть подготовлен к работе и обслуживанию гостей, в т. ч.:
- 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.

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».



Фото Ю. Ломакова

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

При организации любого из видов сельского туризма рекомендуется посетить сайт отдела развития туризма министерства культуры Архангельской области: www.pomorland.pro, где в разделе «Документы» собраны и приведены для скачивания полезные областные и федеральные нормативные документы, регулирующие данный вид деятельности.

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 в интернете и скачать для ознакомления.

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.

Предоставление собственного сельского дома под гостевую 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 9 октября 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.



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.



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



фото Е. Мазилова

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 самостоятельно, вы не обязаны проходить сертификацию.

Однако если вы планируете расширить свою деятельность, сотрудничать с турфирмами или 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.



фото К. Косошкина



фото Д. Вастега



Экотуризм — это 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 — это 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 процессе экскурсовод помогает экскурсантам увидеть объекты, услышать о них необходимую информацию, ощутить их значение, красоту и уникальность, овладеть навыками самостоятельного «видения».

Раздел 2.2. Маршруты и экскурсии в сельском туризме

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

Маршруты и экскурсии по природным территориям должны отвечать принципам экологического туризма. В маршрутах и экскурсиях, предлагаемых в рамках программ сельского туризма, как правило, тесно перекликается природная и культурная (этно-, гастро- и прочие) составляющие. Поэтому понятие «маршрут сельского туризма» в данной главе включает в себя и экотуристические программы (в т. ч. с посещением особо охраняемых природных территорий), и этнографические, и гастрономические, и приключенческие, а также всевозможные их комплексные сочетания.

Создание экскурсии — это творческий и очень ответственный процесс. Подготовка включает в себя: изучение и отбор объектов для показа, составление маршрута движения, изучение литературных источников по темам объектов,

консультации, планирование продолжительности переходов, нагрузок с учетом возрастных особенностей экскурсантов, обеспечение снаряжением, планирование стоянок, а также проработка вопросов безопасности туристов на пути следования.

Чтобы стать хорошим экскурсоводом, надо много учиться, читать методические материалы, разговаривать со специалистами этого дела и тренироваться на практике. Есть множество литературы о техниках создания и ведения экскурсий, о составлении «карты» маршрутов, о методиках показа и рассказа. Эти материалы вы легко найдете в свободном доступе в сети Интернет.

В данной главе мы остановимся на том, как «видеть» и находить объекты показа, интересующие приезжего туриста, как составить маршрут, а также коснемся вопросов безопасности.

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, например, к этой деятельности уже подключилось много местных жителей и представителей турбизнеса. Смысл такой поездки в том, что помимо наслаждения от красоты природы гости получают и «практическую» пользу. Опытный сопровождающий — травник — помогает им найти места, где растут различные лекарственные 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.

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.

ВИДЫ МАРШРУТОВ, 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.

Занимайтесь теми направлениями, которые интересны и близки лично вам!



Далеко не каждый регион России может похвастаться серьезными шансами на работу с иностранными туристами на сельских территориях. В Архангельской области существует серьезный потенциал и определенные возможности по приему иностранных туристов. Согласно данным, представленным муниципальными образованияами Архангельской области, в 2016 году количество туристов в регионе составило 387 тыс. человек, из них около 9 тыс. — иностранные граждане. И этот поток с каждым годом растет.

К местам, уже сегодня с удовольствием посещаемым иностранными туристами, относится Кенозерский национальный парк с его классическим образом Русского Севера, деревянным зодчеством, уникальным фольклором, «живой» и самобытной деревней. Это также национальные парки «Онежское Поморье», «Русская Арктика» с их девственной северной природой, возможностями наблюдать животных и птиц в естественной среде обитания.

Иностранцы вполне могут стать гостями на ваших объектах и маршрутах, но для этого потребуются приложить серьезные усилия.



фото Е. Мазилова



фото А. Мартыновой

ЧЕГО ХОТЯТ ТУРИСТЫ, ИЛИ КАК «УВИДЕТЬ» МАРШРУТ?

Как мы уже говорили, сельский туризм 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. Люди хотят индивидуального подхода к своему отдыху, индивидуальных программ пребывания, созданных с учетом их интересов. Им интересно увидеть местный быт, познакомиться с традициями, услышать старинные песни, попробовать местную кухню, пообщаться с жителями деревни.

На какие экскурсии к вам приедут гости? Вот основные мотивы:

- Возможность своими глазами увидеть, как живут деревни, чем заняты местные жители, 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 ценностями, такой туризм не только возможен, но и очень привлекателен, особенно для гостей издалека. Ведь они живут совершенно по-другому! И им интересно все: от устройства вашего дома и огорода до того, какие песни вы поете, как справляете праздники и как ходите в баню. Гости будут счастливы, если вы возьмете их с собой на традиционную рыбалку, в поход в лес за грибами и ягодами, позволите поучаствовать в засолке огурцов или работе на огороде. Чем больше у них будет возможностей не просто смотреть, но и делать что-то — тем лучше.

- Нетронутая природа и возможность быть в ней, наблюдать диких животных и птиц 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 ка-

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

В кубанском селе Львовское 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 смолотить кукурузу на ручном жернове, приготовить традиционное местное блюдо — мамалыгу, а позже самому ее и съесть. Можно научиться делать куколок 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.



Автор фото??

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 совместно проводят 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 профессиональных фотографов, 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 тура в блоге одного из его авторов (<http://valery-moseykin.livejournal.com/14481.html>), какие качественные подобраны фотографии. Это важно, т.к. сразу дает туристу понимание, что люди, которые будут заниматься организацией его отдыха, — профессионалы своего дела.



драми. 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 побыть наедине с дикой природой или наблюдать скопления каких-то животных, птиц или рыб, предложите их этой категории гостей.

Настоящему экотуристу будут интересны и берег моря рядом с деревней, и маршрут между деревнями Онежского полуострова, где нет асфальтовых дорог, и «не ступала нога человека», и походы в лес на несколько дней под руководством человека, который знает в этом лесу каждую

Гастрономический туризм в Грузии

В последние несколько лет 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!

Фото И. Лебедевой



Фото А. Мартыновой

тропинку, способен определить птиц, показать места произрастания редких растений. Разумеется, планируя подобные экскурсии, необходимо иметь соответствующие знания (о птицах, растениях, тропах, ландшафтах и пр.). Не стоит «заниматься самодеятельностью», придумывать «легенды», и рассказывать о том, в чем вы не уверены на все 100%. Экотуристы подчас разбираются в географии, биологии, геологии и других науках на уровне ученых, поэтому «отсебятину» и почерпнутые из Интернета «сказки» они вам не простят — ваша репутация гида будет моментально подпорчена. Занимайтесь этим только если у вас достаточно знаний, либо рассказывайте о том, в чем точно разбираетесь (например, не о биологических особенностях разных видов животных, но о личных историях, связанных с ними, о жизни вашей семьи, о ваших традициях использования «даров леса» и пр.).

Если рядом с вами расположена ООПТ, намного правильнее будет договориться с ее специалистами о проведении экскур-

сий для ваших гостей, или, как минимум, получить профессиональные консультации по тексту вашей экскурсии.

- 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, из чего и как вы это готовите. Ради этого они готовы преодолевать огромные расстояния. Таких туристов не стоит кормить «по-европейски»: предложите им уникальные местные продукты, расскажите о рецептах вашей бабушки, попробуйте что-то приготовить вместе с ними. Они это оценят.

- Деревянные и каменные храмы и памятники Русского Севера.

Архангельская область — один из многих регионов России, где еще сохранилось множество памятников деревянного зодчества, в т.ч. таких уникальных как расписные «небеса» Кенозерья, Порженский

«Небеса» и окрестности Кенозерья

Маршрут, проходящий по южной акватории озера Кенозера, не теряет своей популярности у туристов многие годы. Трехчасовая экскурсия на белоснежном теплоходе открывает для гостей удивительный мир кенозерской деревни с бережно хранимыми часо-венками, многие из которых перекрыты знаменитыми кенозерскими расписными «небесами», с поклонными крестами, с бабушками, еще помнящими старинные песни и сказки. Этот мир пропитан легендами и окутан загадками: почему в каждой деревне свой порядок домов, какой силой владеют «священные» деревья, почему нельзя шуметь в «святой» роще, есть ли у деревни свой небесный покровитель, что такое «росстань» и зачем там ставили поклонные кресты?

Водная прогулка чередуется с небольшими пешими переходами, что делает экскурсию доступной для людей с разными физическими возможностями. А перед возвращением «на большую землю» туристов ждет деревенское угощение от гостеприимной жительницы деревни Тырышкино — Нины Васильевны Федотовой. Прямо на залитой солнцем деревенской лужайке накрывается стол и «приезжие» могут попробовать тончайшие блины-шанги, пироги прямо из русской печки и ароматный чай.



погост, старинные часовни и пр. По деревням, в т. ч. заброшенным, все чаще ездят путешественники, интересующиеся старинными храмами и светскими постройками. Как правило, это очень увлеченные люди, перед поездкой изучившие массу литературы и разбирающиеся в истории и архитектуре на уровне специалистов. Они, в большинстве случаев, самостоятельны и сами организуют себе путешествие, однако, если найти памятник не очень просто (нет дороги), им могут пригодиться услуги местного сопровождающего. Они могут также ночевать и питаться в вашем гостевом доме, купить продукты с огорода, уникальные местные сувениры ручной работы. Гостям, которые в этой теме не разбираются, но просто хотели бы увидеть что-то новое, вы можете предложить полноценный тур с экскурсией по достопримечательностям. Только не забудьте подготовиться, изучив фактическую информацию, чтобы не рассказывать непроверенные «легенды».

- Фольклор, народные традиции, промыслы и ремесла.

Это также одна из тем, хорошо пред-

ставленных на территории Архангельской области. И это очень «на руку» всем, кто занимается развитием сельского туризма. Помните о том, что гостям, которые хотят погрузиться в настоящую сельскую атмосферу, не интересны стандартные театрализованные представления формата советского дома культуры, «лубок», «ряженые», костюмы из яркой турецкой синтетики и пр. Они едут к вам за подлинностью. Намного большее удовольствие они получают, если «случайно» попадут на домашние посиделки местных бабушек, где поют песни, вяжут, шьют лоскутные одежды. Если турист сможет почувствовать себя «своим» на вашем празднике, такие впечатления он будет помнить долго.

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

На маршрутах и в наблюдениях также

«Лекшмозерская вечеруха»

В деревне Морщихинская, что в Каргопольском секторе Кенозерского национального парка, фольклорный коллектив «Любо-Дорого» проводит для гостей этнографическую программу «Лекшмозерская вечеруха». Ее участники — дети, подростки и взрослые жительницы деревни. В яркой, эмоциональной и подвижной форме гостям предлагается узнать, чем же были примечательны деревенские посиделки. Девушки приходили на вечеруху — каждая со своим рукоделием: одна пряла, другая вязала, третья чесала шерсть. Собирались они тихими морозными вечерами и вели беседу о своем житье-бытье. А после Рождества девушки могли и песен попеть, и поплясать, и погадать. А если еще и парни с гармошкой в избу вломятся, так тут уж без кадрили, да ланца не обойтись — всем поплясать, да удалю своей похвастать хочется. Гости — не просто зрители, они становятся активными участниками вечерухи: надев традиционный лекшмозерский костюм, могут сплясать кадриль, «сходить портянку», вдоволь наиграться в посиделочные и «целовальные» игры и даже погадать на суженого.



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).

А давно ли вы слушали птиц и просто звуки природы?

Туры по наблюдению за птицами (в международной литературе это называется «бёрдвичинг» (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. Бёрдвечерам, 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 или деревни. 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.



присутствуют элементы интерактива. В живой природе все время что-то происходит, это постоянный интерактив, обусловленный непредсказуемостью самой жизни. Посмотреть скопления белух или тюленей в Белом море, колонии птиц, узнать об их разнообразии внутри одного вида, послушать, пофотографировать, выяснить их названия, понаблюдать за их поведением — это и есть лучший интерактив. Например, сидя в укрытии вблизи колонии чаек, крачек или бакланов, наблюдать, как они перелетают с места на место, возвращаются, питаются, дерутся, — это настоящий сериал! Поверьте, приездий получит непередаваемые эмоции!

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

ИЗ СХЕМЫ ВИДНО, ЧТО ДЛЯ ЭТОГО МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ И КАК ПРИМЕНЯТЬ С УЧЕТОМ ПОТРЕБНОСТЕЙ ТУРИСТОВ:

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

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

Обращаться к экспертам: краеведам, специалистам по туризму и научным сотрудникам ООПТ и др.

Скопления белухи, морского зайца (лахтака) в Белом море. Наблюдения за ними с рассказами об их жизни будут очень любопытны туристам.	Наблюдения за птицами. Их активную жизнь и питание также можно видеть на водоемах вблизи населенных пунктов.	Недревесные ресурсы леса (грибы, ягоды, травы). Геоботаническая экскурсия по окрестностям с дегустацией.	Программы, связанные с рыбой — совместная рыбалка, местные тонкости приготовления рыбы на природе и дома. Любой процесс может сопровождаться рассказом о разных видах рыб и их особенностях.	Показ «рукотворных» объектов также важно сопроводить рассказом: почему лежат на берегу старые карбасы; что за завод в поселке, как он работает; происхождение старых домов и построек; необычные сооружения, и т.д.	Посещение объектов деревянного зодчества, старинных сооружений (храмов, часовен, усадеб и пр.) — одна из ключевых тем поездок по Архангельской области.	Исторические события, связанные с военными действиями, памятники и мемориалы ВОВ и иных войн, исторические захоронения могут интересовать тех, кто увлекается краеведением.	Показ следов древнего оледенения (валунов, ледниковых озер) можно сопроводить рассказом об истории и геологии определенного места.
--	--	--	--	---	---	---	--

Помните!
Туристу, который уже проделал определенное 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 связью с историей поселка, либо будет выглядеть грудой рухляди, если останется безымянной.



Фото К. Кочешкина

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»

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 (культуры).

турных, 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



Фото А. Мартыновой

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.

Формы организации маршрутов:

- прогулки
- экскурсии
- походы
- экспедиции

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.

Правила организации палаточных стоянок

- Устраивать стоянки и биваки лучше в тех местах, где уже неоднократно останавливались люди. При выборе места исходить

из соображений дружелюбного отношения к природе, 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 сжигать! При сжигании они выделяют 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, белухами и другими морскими птицами

и животными. Большое их количество гибнет именно таким образом.

- На территориях ООПТ разбивать лагерь можно только на специально отведенных местах — туристических стоянках.

Правила обращения с водоемами:

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



Фото И. Шлипенка



Фото А. Агаркова

Правила безопасности в местах обитания диких животных:

- Не выбрасывайте пищевые отходы рядом со стоянкой. Тщательно убирайте все продукты на ночь. Запах пищи может привлечь диких зверей, столкновение с которыми будет представлять угрозу для туристов.
- Объясните вашим туристам перед походом, что им необходимо отказаться на маршруте от сильно пахнущих предметов гигиены (кремов, ароматических увлажняющих салфеток, дезодорантов, шампуней и др.).
- Расскажите своим туристам заранее о правилах поведения при встрече с крупными дикими животными (лось, медведь, волк, лиса). Нельзя приближаться к ним, так как сокращение дистанции воспринимается ими как агрессия, и они могут совершить нападение.
- Следите за тем, чтобы ваша группа не растягивалась в пути, держите всех в поле вашего зрения.

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.
- 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 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.

фото из архива Парка

- Важно знать и о других опасных и ядовитых растениях и ягодах Архангельской области. Прямую угрозу здоровью и жизни человека представляют: «волчья ягода», «вороний глаз», лютик едкий (куриная слепота), цикута и другие. Найдите информацию об этих и других опасных растениях в книгах или интернете, изучите сами и подробно расскажите о них вашим гостям.

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 цветы, пусть они радуют человека в естественной среде.
- При сборе грибов ножом можно срезать



Фото Л. Волыновой

только грибы на тонких ножках. Трубочатые грибы на толстых ножках (белые, подосиновки) 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 собранный 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:

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 окур, даже если он хорошо (по мнению тури-

ста) затушен, способен сыграть роль фитиля.

- Стрельба из охотничьих ружей. Дымящийся ружейный пыж (войлочный или бумажный) при попадании на сухой горячий материал ведет себя подобно брошенному окурку.

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).
- 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.



Фото А. Мартыновой

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. 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.

Раздел 2.3. Мастер-классы и интерактивные программы

Еще одной возможностью разнообразить досуг туристов является проведение мастер-классов и 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 проводит один мастер (при малой группе) или мастер с помощниками (при большой группе). Суть мероприятия — знакомство с мастерством, талантом, личностью мастера и попытка овладеть какими-то навыками, которые он сможет передать за время мастер-класса. Интерактивная программа — это 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 по-

сетителей. Мы будем рассматривать эти виды мероприятий вместе, т.к. несмотря на отличия, они объединены общей задачей — научить туриста чему-то новому.

Какие бывают темы для мастер-классов и интерактивных программ?

Традиционные ремесла и промыслы

- Плетение рыбацесетей
- Резьба по дереву
- Берестоплетение
- Изготовление поделок из местных природных материалов
- Пошив традиционной русской национальной одежды
- 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
- Гончарное дело и многое другое



Фото Е. Мазилова

Берестоплетение на Русском Севере

На Русском Севере активно практикуются мастер-классы по плетению из бересты. Береста — хороший и удобный материал для работы с начинающими. Примерно за час под руководством мастера гости могут сделать простую солонку, ободок на волосы или пояс. 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 внимание каждому участнику, поэтому не стоит набирать большую группу (не больше 10–12 человек). Такие мастер-классы пользуются сегодня большой популярностью.



фото А. Мартыновой

Гастрономическая программа «Сытный сумеречник», Архангельская область

«В деревнях не завтракали, а обедали, не обедали, а пауждали, 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. Гости приезжают на день, посещают экскурсии, катаются по окрестным деревням, а когда проголодаются, заходят «посумерничать». Программа проводится в большой избе, где уже накрыт стол, за столом сидят одетые в традиционные русские костюмы деревенские жители. Встречают гостей хозяин с хозяйкой. Хозяин на местном диалекте ведет разговор: постепенно, чередуя сказку с былью, знакомит гостей с местом, куда они приехали, с занятиями жителей, с тем, как рыбу ловили, пироги пекли, какие супы ели и как всей деревней праздники справляли. Все вместе поют песни, танцуют. Гости пробуют местные разносолы, узнавая подробности о кулинарных традициях. Уезжают туристы с ощущением, что побывали в гостях у друзей на домашнем сельском празднике. А соленья и варенья приобретают на память.

В 2017 году программа стала частью двухдневного гастрономического тура «Устьянские вкусоворки», который включает посещение нескольких соседних деревень, в каждой из которых гостей ждет своя, не менее вкусная программа.

**Гастрономия и кулинария**

- Приготовление блинов, вареников, пирогов
- Приготовление каши в русской печи
- Приготовление традиционного местного блюда
- Разные способы обработки и приготовления местной рыбы
- Засолка и консервация овощей разными способами
- Приготовление ухи разными способами и пр.

Этнография: особенности культуры и быта разных регионов

- Традиционные обряды и обычаи (свадьба, сватовство и пр.)
- Реконструкция традиционного праздника, например, день урожая
- Фольклор

Эвенское стойбище «Мэнэдек», Камчатский край

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

Комплекс был создан артистами ансамбля «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.



фото С. Колыловой

Гастрокультурные мероприятия в Северском районе Краснодарского края

Команда проекта «PROсело-Кубань» проводит односторонние 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, основана идея появления этих программ.

Так, одна из программ с шуточным названием «Гамарджобики», 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 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.

**Природа и ее уникальные особенности**

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

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

- Вязание рыболовецких сетей, изготовление руж, мереж
- Особенности оснастки и ловли рыбы на удочку-суковатку
- Традиционное приготовление рыбных блюд
- Посадка картошки, других огородных культур
- Уход за садом и огородом без применения химических удобрений
- Пчеловодство
- Другое

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

Виштынецкий экомузей 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.



фото А. Мартыновой

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 вашу деревню или едут мимо нее 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, четко сформулируйте, что вы умеете лучше всего и что из этого 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,



Если перед запуском работы программы вам придется приобрести дорогостоящее оборудование, то 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.



фото А. Мартыновой

что использовали ваши предки или хотя бы то, что максимально похоже на аутентичное. Не стоит работать с яркой искусственной синтетикой, 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 рабо-

тать. 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 стало скучно. Опыт показывает, что оптимальный размер группы — 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 (например, 12 человек) и с минимальным числом (например, 7 человек). Если группа будет меньше 7 человек, вы сможете работать с ней, только если туристы будут готовы заплатить установленную минимальную цену (за семерых).

Сувенир на память. Очень важно, что туристы заберут с собой после окончания мастер-класса. В конце интерактивной программы неплохо предусмотреть какие-то сувениры. Отнесите к этому со всей серьезностью — это та память о вас и о путешествии, которая еще долго будет у людей перед глазами. Важно рассчи-



Фото А. Мартыновой

тать 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 фирменный штампик на изделии, стильная этикетка с именем и телефоном 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 в Архангельской области 6402 рубля в год (информация на 2018 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. В противном случае, вам будет необходимо приобрести контрольно-кассовую технику, зарегистрировать ее и применять в точном соответствии с правилами применения ККТ.



Фото К. Колошчина



Фото В. Яковлева

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ Лоскутные сувениры Кенозерья

Лоскутное шитье в прежние времена было широко распространено на Русском Севере, в том числе и в Кенозерье. Из кусочков ткани шили одеяла, покрывала, коврики-«ляпачихи» — нарядные, они были настоящим украшением скромного крестьянского жилища. Спустя века лоскутное шитье находится на пике модных тенденций. И кенозерские мастерицы предлагают туристам не только лоскутные покрывала и коврики, но и салфетки, прихватки, подушки, симпатичные сумки, стильные юбки и даже жилетки. А в информационном центре «Ляпачиха» в поселке Поча можно освоить азы лоскутного шитья на мастер-классе.

Раздел 2.4. Сувенирная продукция

Сувенирная продукция — важная составляющая современного туризма. Она 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 или в крупных городах, через которые проходят миллионы туристов, по-прежнему продается множество стандартных сувениров китайского производства: брелоков, магнитов, кружек и пр. Однако турист, который едет на сельские и природные

территории за настоящим и подлинным, едва ли польстится на подобную продукцию. Тем более 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 ТУРИЗМЕ?

- Предметы для декора интерьера (подсвечники из коряг, полочки из спилов деревьев, фигурки из веточек, панно, букеты и венчики из сушеных цветов и пр.)
- Авторские украшения из природных материалов (браслеты, бусы, серьги, кольца и пр.)

Крем-мед Соссо-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. В 2013 году стартовал проект по производству крем-меда. 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-Bello. 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 произ-

водственного цеха) собирали «всем миром» через краудфандинговую платформу Boomstarter².

Сегодня проект активно работает. Взбитый мед с ягодами производят круглый год — в зависимости от спроса, от 100 кг в неделю до полтонны. Старую мастиерскую, 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.

Продукцию Соссо-Bello, 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.

² <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.



Фото А. Мартыновой

- Свечки ручной работы, оформленные веточками, вязанными подсвечниками
- Мыло ручной работы с добавками из местных трав
- Изделия из бересты: туеса, полотухи, солонки, корзинки, ободки, пояса
- Тканевые авторские сумки, лоскутные одеяла, одежда в стиле пэчворк (из лоскутков)
- Керамические изделия: горшки, кружки, кувшины, украшения
- Поделки и изделия из кости
- Композиции и изделия из кожи, мха
- Изделия из дерева: уменьшенные копии лодок, карбасов, саней и др.

Изделия с местной символикой (типичными животными и растениями, легендарными персонажами и др.)

- Фигурки героев местных преданий и легенд из дерева или глины
- Фигурки животных, птиц, связанных с данной территорией
- Изделия, выполненные в уникальной местной технике, например, мезенская роспись, и др.

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

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 «Демьян и Параскева» 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.

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.



Фото А. Мартыновой

- 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, что растет в лесу или на огородах, производится из местных продуктов, по традиционным рецептам

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

Сувениры с просветительской функцией

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

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

- Развивающие игры из природных материалов, например, 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.

О ЧЕМ СЛЕДУЕМ ПОМНИТЬ?

Натуральное и аутентичное! Если вы работаете в сельском туризме, никогда не разрешайте себе заниматься продажей безликих стандартных сувениров (бесконечных кружек, брелоков и магнитов). Себестоимость таких сувениров зачастую ниже, и местная авторская продукция 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

«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 ООПТ 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 заповедника или национального парка; 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 заповедной территории (белуха, тюлень и пр.), либо его ключевым природным объектам (лес, море), либо выражают саму идею охраны природы, экологичного образа жизни (к

примеру, модные сегодня «экосумки» из ткани, блокноты из вторично переработанной бумаги). Эти сувениры делают из вторсырья или из натуральных материалов, стараются не использовать пластик и иные плохо разлагающиеся вещества. Очень часто в них заложена образовательная функция — рассказать об ООПТ 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. Во-первых, большинство туристов, которые проезжают мимо вас, едут на ООПТ, т. е. уже нацелены приобрести сувенирную продукцию, которая будет напоминать им о заповедной территории. Во-вторых, если ваша продукция будет оригинальна и качественна, национальный парк будет рад взять ее на реализацию в своих визит-центрах, для подарков своим партнерам и гостям. Вы сразу же получаете большой рынок и серьезного партнера для продвижения результатов своего труда.



БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ

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



фото Е. Мазилова

то, что они могут лично познакомиться с мастером, а то и посетить его мастер-класс, 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 не интересны 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, 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



фото Д. Бастега



фото Е. Мазилова

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 вероятный 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 уделите особое внимание качественной этикетке с вашим логотипом на товаре. 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 вашему клиенту 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 ка-



фото Ю. Ломакова

☝ Еще один из возможных вариантов — продажа вашей продукции через визит-центры и сувенирные лавки ООПТ Архангельской области. Это поможет увеличить продажи, но для этого ваша продукция должна быть интересна национальному парку или заповеднику (см. раздел «Заповедные сувениры»).

чественно напечатанная этикетка с логотипом и названием позволит вашей продукции не затеряться на полках с аналогичными сувенирами, когда гости вернутся домой. Не забудьте разместить на этикетке вашу контактную информацию.

Продвижение и продажи. Чтобы официально заниматься производством и продажей сувенирной продукции, необходимо оформить ИП, выбрав соответствующие виды деятельности (ОКВЭД). После этого вы сможете заниматься реализацией продукции самостоятельно или через посредников и даже открыть собственную лавку.

Если вы продаете сувениры гостям вашего дома в розницу — вы можете, но не обязаны, оформить сертификат на товар. Но если вы предлагаете продукцию оптовикам для дальнейшей реализации через магазины и торговые сети, то декларация соответствия стандартам качества и безопасности понадобится обязательно. На некоторые виды сувенирной продукции вам в обязательном порядке нужно будет оформить декларацию: косметические средства ручной работы, крема, мыло, шампуни, а также любые виды продуктов питания (рыба, сыр, чай, сборы трав и т.д.).

При создании уникальной продукции, потребовавшей серьезной разработки и особенного дизайна, желателен патентовать ваше право на единоличное обладание этой технологией. Таким образом, вы обезопасите себя от недобросовестных «последователей», любителей присвоить уже раскрученную идею, производить и продавать подобный товар.

Помните, что ваша предпринимательская деятельность должна быть законной.

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

Если же вы занимаетесь розничной торговлей за наличный расчет, то должны приобрести и зарегистрировать должным образом контрольно-кассовую технику (ККТ).



фото И. Лебедевой

Эксперты в туризме часто 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.

Раздел 2.5. Музеи, коллекции и арт-резиденции в сельском туризме

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?

Такое 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 хозяева-энтузиасты вполне могут собрать.

Темы для такого музея или коллекции могут быть самыми разными:

- Традиционный быт поморов
- Рыболовный промысел и все, что с ним связано
- Лес и его дары
- Коллекция местных минералов
- 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.

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



фото Е. Мазилова

Частный мини-музей «Старая немецкая школа Вальдвинкель» открылся в поселке Ильичево Полесского района Калининградской области в 2012 году. Маленький населенный пункт в два десятка домов расположен вне курортной зоны, в стороне от основных автомобильных дорог. Во времена, когда Калининградская область входила в состав Восточной Пруссии, это место называлось «Вальдвинкель».

Больше 20 лет назад один из домов купила семья Инессы Савельевны Н. Половину дома отремонтировали под жилье, а вторая половина так и пустовала.

Изначально в доме располагалась народная школа, которая давала жителям восьмилетнее образование. В советские годы здесь обучались дети первых переселенцев, приехавших после войны заселять новую для страны область. Школу закрыли в 1977 году. Инесса Савельевна собирала информацию об этом здании 20 лет. На слабом немецком со словарем в руках переписывалась с немцами — бывшими учениками и учителями Вальдвинкеля. Переводила документы в архивах, собирала старинные предметы. Она надеялась сделать



фото С. Копыловой

в доме музей, ходила с этой идеей в разные инстанции, но поддержки не находила и уже 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 приняла участие в конкурсе и выиграла. Получила первый 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, информацией о системе школьного образования в Восточной Пруссии, интерактивными уроками «по прусской системе» и множеством интересных мероприятий.

Прошло 5 лет. В маленький поселок Ильичево почти каждый день приезжают автобусы со школьниками или туристами, в т.ч. иностранцами. Хозяйка зарегистрировала некоммерческую организацию; изготовила линейку музейных сувениров, которые 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 сделать посещение музея незабываемым как для детей, так и для взрослых. Дети играют в саду в игры прусских школьников, тренируются писать грифелем на аспидной доске, а взрослые с удовольствием пьют чай с пирогами под рассказы хозяйки.

Музей забытого вкуса «Коломенская пастила», Московская область

В подмосковном городе Коломна есть очень успешный музей забытого вкуса «Коломенская пастила». В начале пути энтузиасты нашли информацию о том, что раньше в Коломне делали пастилу, восстановили старинный рецепт и открыли производство этого продукта. А потом создали музей, где проводят церемонию традиционного чаепития «по-коломенски»: дамы в платьях XIX века 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 сделан целый бренд, благодаря которому Коломна стала популярным туристическим центром Подмосковья. Эта же команда проводит фестиваль «Антоновские яблоки», водит пешие и велоэкскурсии по садам Коломны. Важно, что все они делают акцент на жизнь провинциального города, на его полусельский быт, местные продукты, старину. Такой образ Коломны стал общеизвестным. И именно он привлекает в город 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.

«Амбарный ряд» в Кенозерском национальном парке

У подножия «святого» холма в деревне Вершинино уютно разместился амбарный ряд – три небольших хозяйственных постройки с устроенными внутри тематическими экспозициями, посвященными промыслам и ремеслам Кенозерья.

«Китоврасово подворье». Центром гончарного дела Кенозерья была деревня Карпово — родина знаменитых на всю округу «карповских горшков» и китоврасов — глиняных фигурок полуконей-полулюдей. В экспозиции можно увидеть старинный ручной гончарный круг, посуду, изготовленную карповскими мастерами, а также фрагменты архаичной керамики, найденные во время археологических исследований на территории Парка.

«Гефестово подворье». В экспозиции, посвященной кузнечному делу, силами сотрудников Парка и местных жителей собраны старинные кованые сельскохозяйственные орудия, промысловые орудия, предметы бытового назначения. В этом маленьком музее посетители нахо-



фото А. Солонгая



фото А. Мартыновой

дят ответы на вопросы: почему кузнеца считали одной из главных фигур в деревенском обществе, в чем магия кузницы и почему в старину говорили: без кузницы деревня не живет?

«Азбука древодела». В старину почти каждый мужчина в деревне умел плотничать, а в Кенозерье плотницкое дело достигло высокого уровня. Об этом говорят ладные крестьянские дома, удивительные часовенки и деревянные храмы. В музее гости знакомятся с плотничьими инструментами, специальными приспособлениями и узнают секреты плотничьего искусства. Здесь можно попробовать себя в роли мастера-плотника и собрать небольшой фрагмент мини-сруба.

Не стоит думать, что если в окрестностях вашей деревни не сохранилось старинных зданий и предметов быта или нет какой-то ярко выраженной «изюминки», то думать о музее не имеет смысла. Это не так. Например, в последние годы 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 леспромхозов, рыбкомбинатов, колхозов, быт людей того времени, вещи из того периода и пр.) можно построить интересную экспозицию, если эта тема важна и интересна лично вам, и вы готовы о ней рассказывать.

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.

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 местной библиотеке и готовятся «принимать в пионеры» всех желающих туристов. Кенозерский национальный парк с помощью местных мастеров построил в поселке информационный центр «Поча. Жили. Работали. Любили», где рассказывается о жизни, праздниках и трудовых буднях «добытчиков зеленого золота». Еще не все планы реализованы, но желающие побывать там туристы уже есть.

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, шпшек 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 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 открытом специально для этого 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.



Фото Е. Мазилова

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

Дополнительный плюс в работе с художниками — позитивное влияние на детей, которые, насмотревшись на творческий процесс, начинают пробовать себя в искусстве. Кроме того, арт-резиденты, если разработать для них соответствующую программу, могут поработать и на ваш поселок, оставив после себя 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-резиденции потребует понимания потребностей творческих людей, вероятно, будет нервной и тяжелой, но эффект от нее вам понравится. А сделать такое пространство можно фактически где угодно, даже в большом сарае в вашем дворе, если подойти к нему творчески.



Фото К. Кочошкина

О ЧЕМ СЛЕДУЕТ ПОМНИТЬ ПРИ СОЗДАНИИ СВОЕГО МУЗЕЯ?

Использование термина «музей». Профессиональные музейщики 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 гостевого дома, никакого специального оформления не требуется. Если же вы планируете брать с посетителей плату, необходимо оформить либо ИП, либо некоммерческую организацию, выбрать вид деятельности (ОКВЭД) «Экскурсионные услуги» и брать деньги именно за 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, освеще-

ние и пр.), правильные подписи и таблички и многое другое. Важно, как вы оформите помещение, сможете ли соблюсти единый стиль, создать атмосферу. Если есть возможность, проконсультируйтесь со специалистами из Кенозерского национального парка, из музеев Архангельска, Северодвинска, Каргополя, Котласа и др. Если такой возможности нет, продумайте самостоятельно логику, порядок размещения объектов и знакомства с ними. В интернете можно найти литературу 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 гости могут не обратить внимания, если вы сами проведете их по музею и расскажете интересные истории, связанные с коллекцией. Содержание экскурсии в данном случае намного важнее. Отнеситесь к ней серьезно. Просто посмотрев на горы предметов, гости не поймут почти ничего, а послушав рассказ, могут выйти от вас под большим впечатлением. Продумайте заранее, о чем вы будете говорить; отметьте, сколько времени это занимает; придумайте вопросы, которые можно задать гостям по теме музея. Никакой путеводитель никогда не заменит живого общения — в случае сельского музея это особенно актуально.



Раздел 2.6. Фольклор в сельском туризме

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, 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 территории. При этом фольклор имеет свойство постоянно изменяться, поэтому туристам может быть интересна не только глубокая старина, но и то, чем живет ваша деревня или поселок сегодня, какие песни поют жите-

ли, 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 сельского туризма. Им будет намного приятнее попасть на домашние посиделки членов фольклорного ансамбля, где жители будут сидеть за столом, общаться и иногда петь, 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.

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



Аграрный туризм (агротуризм) — посещение фермерских и личных подсобных хозяйств, агропромышленных комплексов с возможностью понаблюдать процесс производства сельскохозяйственной продукции, а зачастую и поучаствовать в нем, например, собрать урожай.



Раздел 2.7. Агротуризм

Агротуризм очень популярен в странах Европы: городские жители, уставшие от мегаполисов, с удовольствием выезжают на фермы, причем там они готовы не только отдыхать, но и работать (помогать фермерам). Фермеры пользуются наличием спроса, получают дополнительный доход, «бесплатную рабочую силу», часто проводят специальные туры в период сезонных сельскохозяйственных работ, требующих привлечения дополнительных человеческих ресурсов.

Особенной популярностью пользуются такие «привлекательные» виды работ, как сбор винограда на винодельнях Грузии, Италии и Франции, сбор фруктов, клубники. Таскать и раскидывать навоз туристу даже в Европе не хочется, а вот немного позаниматься чем-то приятным и вдоволь напробаваться вкусных натуральных продуктов — совсем другое дело.

В России сегодня много говорят об агротуризме, часто подменяя этим понятием термин «сельский туризм» и воспринимая как основное, ради чего туристы вообще поедут в сельскую местность. На наш взгляд, эти ожидания преувеличены. Менталитет отечественных туристов, наличие бабушек в деревне и дачи с картошкой почти в каждой семье, работа на которых для многих — не радость, а повинность, сильно снижают привлекательность подобного отдыха для горожан. Да и владельцы ЛПХ часто даже не пытаются посмотреть на свое хозяйство глазами туриста: не предпринимая никаких действий, даже не убрав элементарный бардак на своем участке, они ждут гостей и удивляются, почему горожане не стоят в очереди на посещение фермы. Просто так, открыв двери хозяйства



Фото К. Кокешкина

для гостей, в России, особенно в северных регионах (не богатых винодельнями и фруктовыми садами) поток туристов в свое хозяйство привлечь будет крайне трудно.

Однако все выше сказанное не означает, что у агротуризма в России нет перспектив. Они есть. Более

того, в разных регионах, включая Архангельскую область, уже сегодня работает множество таких объектов. В наших реалиях это чаще всего конные фермы, рыбоводческие хозяйства, пасеки, а также домашние производства, к примеру, травяных чаев, сыра и молочной продукции, сушеных ягод и т.п.

Если вы всерьез планируете заниматься агротуризмом, сразу продумайте следующие моменты:

- В чем привлекательность вашего хозяйства для туриста? Уютно ли, чисто ли на территории? Как выглядит хозяйство и животные? Получатся ли у туристов милые фотографии в обнимку с белым кроликом или то, что он увидит, лучше не снимать и не публиковать? Можно ли близко пообщаться с животными (пообнимать, покормить, собрать яйца у курочек и пр.)? Безопасно ли это, в т.ч. для детей, которым это особенно интересно? Может быть у вас есть огромный сеновал, на котором дети смогут полежать, попрыгать? (это они тоже очень любят). Чем еще интересным вы сможете занять и детей, и взрослых? Всегда помните, что они приезжают не



фото из архива Парка

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

«Трогательные мини-фермы» в Кенозерском национальном парке

Большая дружная семья Губаль в поселке Поча предложила посещение своего домашнего хозяйства как элемент тура выходного дня. Здесь гости могут полюбоваться на важных гусей, покататься на лошадке, попробовать свежее молоко, покормить домашних животных и узнать, как ведется такое хозяйство.

Семья Куликовых в деревне Морщихинская проводит для гостей национального парка интерактивную программу «Курочка по зернышку клюет». Старшие дети рассказывают посетителям о традициях домашнего хозяйства, проводят их в курятник, где гости могут покормить курочек, собрать яйца. После чего хозяйка угощает всех яичницей из свежих домашних яиц и чаем с пирогами.

Такие простые программы не требуют значительных вложений в проведение, но при этом вызывают яркие положительные эмоции у гостей. Конечно, важно позаботиться о порядке на подворье, о необходимом инвентаре (сапогах, перчатках) и, конечно, продумать содержание программы.



фото А. Мартыновой



фото А. Мартыновой

только и не столько работать, сколько отдыхать!

- Возможно ли проведение дегустаций вашей продукции? Какой? Сможете ли вы красиво сервировать стол, организовать удобные места для сидения и пр.? Смогут ли туристы купить (получить в обмен на помощь по хозяйству) какую-то продукцию? Можете ли вы гарантировать постоянное качество этой продукции? Может быть, в вашей семье есть свои традиционные рецепты, и вы сможете угостить туристов блюдами, которые они не попробуют в другом месте?
- Как будете выглядеть вы и члены вашей семьи, ваши работники? Есть ли возможность одеться в традиционную крестьянскую одежду, характерную для вашей местности, или хотя бы использовать ее отдельные элементы (головные уборы, пояса и пр.)? Продумайте декор хотя бы для той части фермы или хозяйства, где гости

проведут большую часть времени. Декор должен быть сельским, традиционным, неизбыточным и уютным.

- Является ли ваше хозяйство «органическим», то есть работающим без применения химических удобрений и средств защиты растений? Эта тема сейчас все больше волнует горожан, особенно жителей крупнейших мегаполисов.

Живой опыт общения с животными (и даже растениями) — это то, чего все больше не хватает современным горожанам. И агротуризм имеет все шансы стать приносящим доход делом, если вы подойдете к этому ответственно, продумаете, что получит гость от посещения вашего хозяйства, проявите максимум гостеприимства. Пусть туристы увидят настоящее хозяйство, что оно есть, только помогите им увидеть его в привлекательном свете — и все получится.



фото Н. Гернега

👉 Прошло время, когда стандартный праздник, такой как Масленица или День рыбака, привлекали людей. Туристы на таких праздниках бывают редко и чаще 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.

Раздел 2.8. Событийные мероприятия в сельском туризме

Если ваш район не может похвастаться большим турпотоком, 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.

ЗАЧЕМ НУЖНЫ СОБЫТИЯ В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ?

Событие — мощный инструмент продвижения вашей территории как места, куда стоит приезжать туристам. На яркие, качественно организованные праздники можно попробовать пригласить СМИ. 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.

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

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.

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.

Тема. Изучите (например, в интернете), какие праздники уже проводятся на сельских территориях в вашем регионе и вообще по стране. Вы найдете множество ва-

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, выставки, выставки декоративно-прикладного и художественного творчества и прочие интересные мероприятия.



фото Д. Быстегга



фото Д. Быстегга

риантов: где-то отмечают день огурца, селедки, праздник длинной колбасы, банане воскресенье, медовый спас, день варенья, день антоновских яблок и пр. Возможно, какие-то идеи будут вам звучны.

Оригинальная идея. Просто копировать даже самый успешный опыт не стоит. Изучите историю и традиции вашего населенного пункта, известных людей. Идея проаздника может строиться:

- вокруг природного объекта или явления (День вулкана на Камчатке, «Праздник леса» во Владимирской области);
- вокруг исторического события или старинной ярмарки (Успенская ярмарка в Кенозерском национальном парке);
- на этнографии (корякский обрядовый праздник «Хололо», ительменский «Алхалалай»);
- на местных традициях и ремеслах («Праздник топора» в Томской области);
- локальной кухне и продуктах (фестиваль дикоросов «Там, где рас-

тет кутагарник», Праздник первой рыбы на Камчатке, День корюшки в Калининградской области, праздник народной еды «Веселые шварки» в Краснодарском крае);

- известной личности (фестиваль «Шолоховская весна» в Ростовской области, «Казаковские 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.

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, кулины, ремесленники, рыбаки и пчеловоды, местные производства. Возьмите за основу то, что местные жители любят и умеют делать.

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 праздника — 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.

Успенская ярмарка в Кенозерском национальном парке

Этот праздник проходит в деревне Вершинино ежегодно в августе и связан с последними днями сбора урожая. Успенская ярмарка собирает фольклорные и театральные коллективы, мастеров-ремесленников и гостей не только со всей округи, но и из других регионов. Здесь можно услышать старинные песни, пойти в пляс вместе с местными жителями, увидеть театральные тематические зарисовки, принять участие в «последнем зажиге», вручную смолотить зерно. Каждый год на ярмарке появляются новые площадки. Это и «Киносеновал» в музее «Рухлядный амбар», где, лежа на сене, гости смотрят фильмы, это и флеш-моб «Суши весла», где вместе с мастерами люди расписывают старые деревянные весла, которые приносят местные жители. На ярмарке можно подписать старинную открытку и отправить ее родным или друзьям. В «Торговом ряду» можно купить изделия народных ремесел, а в «Обзорном ряду» — попробовать множество блюд местной кухни — от копченой рыбы до домашних пирогов. Украшение праздника — традиционная каша «Пожинаха» и Успенский огник — традиционный праздничный костер.



Фото Д. Бастега

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 вкладывать свои ресурсы. Объясняйте это людям, которых вы зовете в свою команду. 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.

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

Дизайн и декор. Продумайте дизайн и декор площадки мероприятия, оформление отдельных элементов. Не стоит брать пример со стандартных праздников и использовать то, что не подойдет по стилю к вашей теме. Если ваш фестиваль посвящен традиционной культуре или сель-



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 проведет все необходимые тесты и экспертизы на безопасность ваших продуктов (такие лаборатории, как правило, есть в наличии при всех местных рынках).



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.



Фото Д. Бастега

ской жизни, не нужно возводить ряды из ярко-фиолетовых торговых палаток или использовать современную пластиковую мебель, посуду и пр. Лучше сделать оформление из природных материалов.

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.

Организация питания. Если вы планируете кормить гостей праздника и про-

давать 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.

Продвижение. Подумайте о продвижении мероприятия заранее. Если есть возможность поручить эту работу специалисту (возможно, волонтеру), лучше это



Фото из архива Парка

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), расскажите, 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.



фото Евгения Засухина

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

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.

Информационные щиты, баннеры-растяжки будут особенно актуальны у оживленных трасс, если они ведут в ваш населенный пункт или проходят неподалеку. Лучше повесить их заранее, чтобы люди, которые часто ездят мимо, могли увидеть информацию и запланировать поездку к вам. На размещение баннеров, как правило, требуется разрешение.

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.



фото Д. Бягетта

сделать, потому что заниматься и организацией, и продвижением одновременно сложно.

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 ленитесь 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 решите повторить праздник, эти усилия дадут о себе знать.

Логистика. Сделайте все для того, чтобы людям было удобно добираться до места проведения праздника. 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,



Не обещайте того, что вы не можете выполнить. Если к вам придет один районный коллектив, не пишите, что будет пять. Лучше пообещать меньше, и тогда люди получат дополнительный сюрприз и позитивные эмоции, чем не оправдать их ожидания и получить негативные отзывы.



фото А. Мартыновой



фото А. Мартыновой

где неместный гость может заблудиться. Оставьте контакты для связи для тех, кто все-таки заблудился.

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 накапли-

ваться лавинообразно с каждым повтором праздника. Первые годы вы будете работать на событие, в дальнейшем оно станет работать на вас — и финансово в том числе.

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

Подумайте, что 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.

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.



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 привлечь 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 сформируется положительная репутация, спонсоры из числа бизнес-компаний, предприниматели будут понимать смысл поддерживать вас финансами. Ведь вы собираете большую и нужную им аудиторию. Например,

производители снаряжения для активного туризма (палатки, спальники и пр.) могут не только помочь вам оформить площадку мероприятия и обеспечить призы 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.

фото Е. Засухина



 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.



фото Е. Мазилова

Сбор частных пожертвований — краудфандинг.

Это пока не очень популярный способ, но он может быть вам полезен. В России за последние годы появилось несколько интернет-площадок, 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 проект, как потом получить собранные средства и пр. Работа по сбору средств потребует 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 проекты, 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.



Глава 3.

МАРКЕТИНГ В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ



фото из архива Парка

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

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

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.

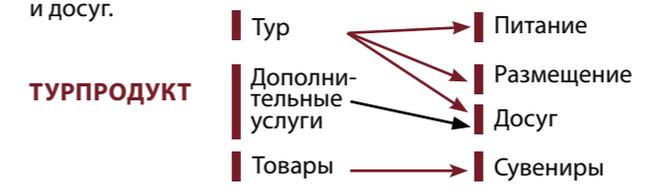
В нашем случае «целевая аудитория» и «потребитель» — это туристы, путешествующие в сельскую местность.

Маркетинг = Создание турпродукта, ценообразование, продвижение.

ЧТО ТАКОЕ ТУРПРОДУКТ?

Турпродукт 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.



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.

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 (побережье Белого моря, пещеры Пинежского района, девственный лес);
- изобилие рыбы в речке или озере, грибов и ягод в лесу;
- сохранившиеся традиции (например, где-то по-прежнему пекут в печи хлеб, делают деревянные лодки-карбасы, плетут из бересты, вырезают причудливые фигурки из дерева) Интересны ремесла поморов, коренных народов Русского Севера, прочие народные ремесла. Особенно интересны туристам мастер-классы — это возможность «попробовать себя» в ремесле.

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

Оглянитесь по сторонам, попробуйте посмотреть на ваш населенный пункт глазами приезжего человека.



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 не-



фото взята с из группы Вконтакте «Музей «Дом со львом»»

сколько 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.



фото И. Бармина

Приезжому интересно все! Не стоит бояться старых или разрушенный построек. Старые постройки тоже интересны, время неумолимо, его воздействию турист видит и у себя на родине, а здесь его привлечет что-то, свойственное только вашей местности.

Интересны рыбацкие домики, тони на побережье Белого моря, решетчатые вышки — триангуляционные знаки, маяки.

Всегда интересна история возникновения поселков и деревень, происхождение их названий.

Деревянные часовни, старинные храмы, широкие северные реки, возможность познакомиться с гостеприимными и открытыми жителями Севера, поучиться у них традиционному мастерству — все это достойно отдельных турпрограмм. Такого не увидишь в других регионах!

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.



фото К. Кокошкина

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)



фото Д. Бастега

- Проработать вопросы проживания и питания туристов
- Выявить аспекты ценообразования на предоставляемые услуги
- Описать и посчитать собственный турпродукт

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Правильный расчет собственного турпродукта является важной задачей, которая стоит перед хозяевами, организаторами отдыха. Типичные ошибки в ценообразовании связаны с чрезмерным завышением или, наоборот, занижением цены. Занижение цены может привести к неудаче в 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:

- 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.



фото К. Колошкина

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

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 они не всегда 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.

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 выставляете высокую



фото из архива Парка

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 случае 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.

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.

Прекрасным ценовым регулятором также выступает наличие или отсутствие конкурентов.



фото Д. Балстага



фото Д. Бастега

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 700 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 от-

ношения с новыми партнерами. Он 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 сделали предварительную работу:

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

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

В программе:

- экскурсия по деревне, прогулка по лесу;
- пеший маршрут к старинной часовне;
- купание в лесном озере;
- велосипедный маршрут и экскурсия в агро-туристическое хозяйство;
- участие в мастер-классах.

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 деревне с экскурсией, осмотром достопримечательностей, с прогулкой в лес и рассказами о его обитателях
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 к старинной часовне с услугами стороннего гида-проводника
14.00	Обед на привале (устраивает гид-проводник)
15.00–18.00	Продолжение маршрута, осмотр часовни с рассказом
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, посещение агро-туристического хозяйства
13.00	Обед на агро-ферме (традиционная русская домашняя кухня, приготовленная из фермерских продуктов)
16.00	Купание в лесном озере на обратной дороге
17.00	Возвращение в гостевой дом
18.00	Ужин, завершение программы



☝ Все приведенные примеры и стоимости УСЛОВНЫ! Данные приведены в качестве примера, а не как руководство к действию.



Фото Е. Мазилова

ПРЕДПОЛАГАЕМ, ЧТО:

Туристы размещаются у вас, в ваших гостевых комнатах	Цена проживания в вашем гостевом доме составляет 600 рублей на человека, всего 3000 рублей за ночь за 5 человек
Питание: <ul style="list-style-type: none"> завтраками и ужинами кормите дома сами 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 деревне и по лесу проводите вы сами	Цену экскурсии определяем в 1000 рублей за два-три 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 1000 рублей (по 200 рублей с человека), цена полдника 750 рублей (по 150 рублей с человека). Всего 1750 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)
Предполагаем, что старинная часовня находится в 8 км от деревни. Пеший маршрут по договоренности проводит ваш партнер (сосед), который имеет опыт вождения групп по данному маршруту и знания, необходимые для экскурсии и показа данной достопримечательности	Цена услуги стороннего гида-проводника 1000 рублей в день. При этом вашим доходом также может быть комиссия за привод к нему туристов в размере 10–15% (или 100–150 рублей). В пути они устраивают обед (перекус) на привале. Цена обеда на привале 1500 рублей или 300 рублей на человека



Предполагаем, что велосипеды для третьего дня программы вы берете напрокат у другого вашего партнера (соседа), везете на экскурсию третьего дня сами. Посещение агро-туристического хозяйства будет включать в себя мастер-класс по кормлению и уходу за домашними животными и обед, приготовленный из фермерских продуктов в традициях русской деревенской кухни

На маршрутах

Цена проката одного велосипеда 250 рублей в день. Стоимость посещения агро-туристического хозяйства с участием в мастер-классах 300 рублей на человека. При этом вашим доходом также может быть комиссия за привод к хозяину агро-фермы туристов в размере 10–15% (или 150–200 рублей). Цену вашей экскурсии определяем в 1000 рублей или 200 рублей на человека. Цена обеда на агро-ферме 1500 рублей или 300 рублей на человека

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 деревне с экскурсией, осмотром достопримечательностей, и с походом в лес	200	1000	нет	1000
13.00–14.00	Возвращение домой, обед	400	2000	1000	1000
14.00–15.00	Послеобеденный отдых				



Время	Деятельность	Стоимость (на 1 человека), руб.	Общий доход (руб.)	Прямые затраты, руб.	Ваш доход (руб.)
15.30–18.00	Посещение мастера по плетению из бересты, мастер-класс, угощение чаем, полдник, покупка сувениров мастера	350	1750	1500	250
18.00–20.00	Возвращение домой, свободное время				
20.00–21.00	Совместный ужин с хозяевами, общение	300	1500	750	750
22.00–23.00	Сон (проживание в доме с хозяевами)	600	3000	нет	3000
2 день					
8.00–9.00	Завтрак	300	1500	750	750
9.00	Выход на маршрут к старинной часовне с услугами стороннего гида-проводника	200	1000	850	150
13.00	Обед на привале	300	1500	1500	нет
14.00–18.00	Продолжение маршрута				
19.00	Возвращение в гостевой дом				
20.00	Совместный ужин с хозяевами, общение	300	1500	750	750
22.00–23.00	Сон (проживание в доме с хозяевами)	600	3000	нет	3000
3 день					
8.00–9.00	Завтрак	300	1500	750	750
9.00	Оформление проката велосипедов	250	1250	1250	нет
9.30	Выезд на веломаршрут и экскурсию на агро-туристическое хозяйство	500	2500	1300	1200
13.00	Обед на агроферме	300	1500	1500	нет
16.00	Возвращение в гостевой дом				
17.00	Купание в озере на обратном пути				
18.00	Ужин, завершение программы	300	1500	750	750
	Всего:	5200	26 000	12 650	13 350



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.



фото Е. Мазилова



фото Е. Мазилова

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

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

В программе:

- экскурсия по деревне, прогулка по лесу;
- пеший маршрут к старинной часовне;
- купание в лесном озере;
- велосипедный маршрут и экскурсия на агро-туристическое хозяйство;

- участие в мастер-классах.
Цена за весь тур: 26 000 рублей.
Цена на одного человека: 5200 рублей (за три дня).

- При реализации одного такого турпродукта вы:
- дадите заработать своим партнерам 7150 рублей;
 - затратите на продукты питания 5500 рублей;
 - будете заняты с туристами только два дня из трех;
 - получите доход в 13 350 рублей (до вычета налогообложения).

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

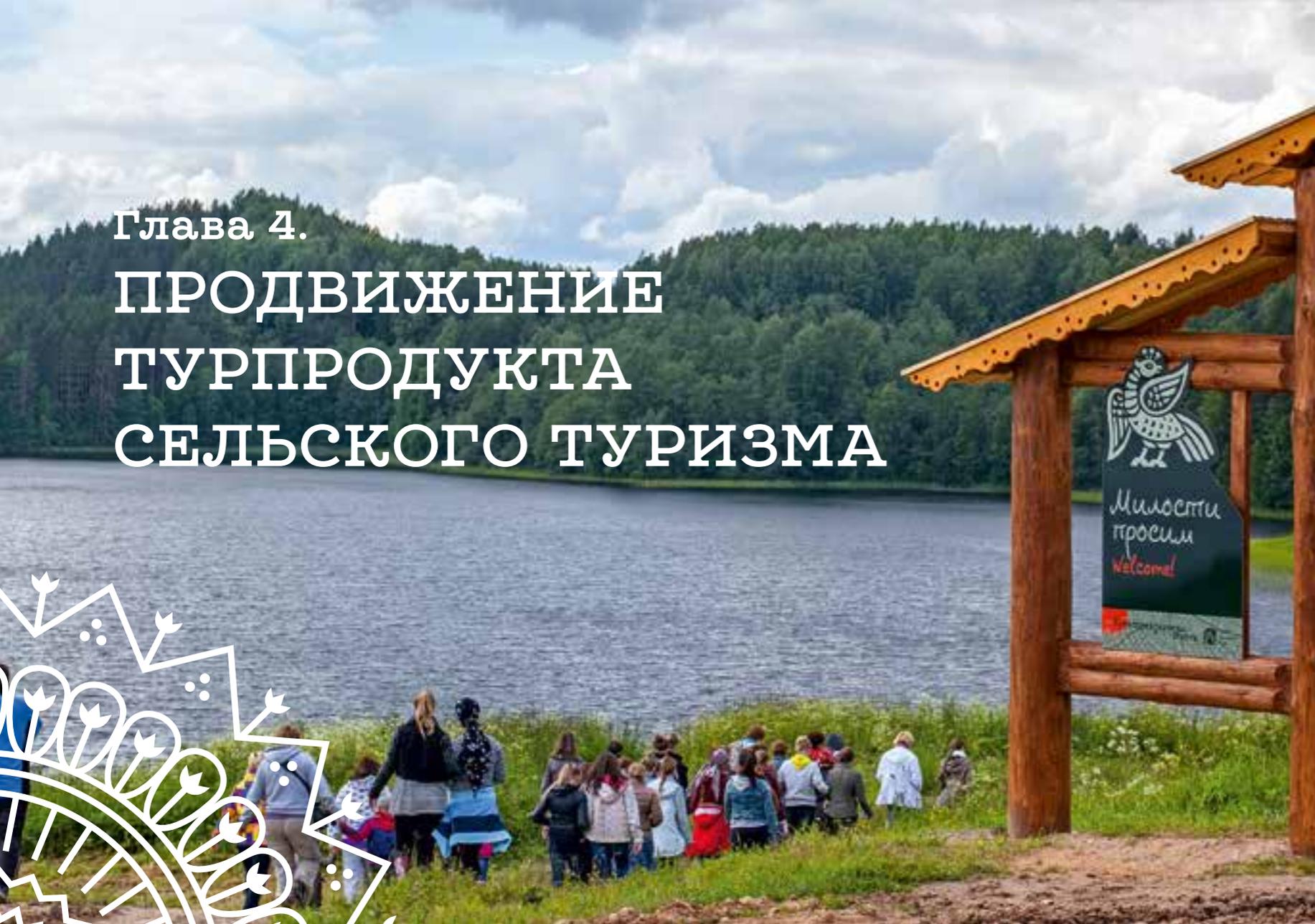


фото С. Морулова

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

Создать хороший туристический продукт недостаточно. Важно добиться того, чтобы о вас узнали будущие клиенты, чтобы они «созрели» для поездки к вам, а съездив, рассказали об этом 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, туркомпании, другие объекты.
- Событийные мероприятия (см. подробно в главе о событийном туризме).

РАБОТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

На сегодняшний день это наиболее эффективный и недорогой способ продвижения объектов и программ сельского туризма. По сути, любая соцсеть — 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 новостей.

Наиболее популярные социальные сети в России:

- Фейсбук
- ВКонтакте
- Инстаграм
- Твиттер
- Гугл плюс
- Одноклассники

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)

Эта соцсеть основана на фотографиях: пользователи размещают (принято говорить «постят») свои фото с очень короткими комментариями, а также видеосюжеты. Можно отметить точку на карте (геотег), где сделана фотография; добавить ключевые слова — хэштеги (например, #сельский_туризм, #экотуризм, #агротуризм, #отдыхвдеревне), по которым пользователи смогут найти 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?

- 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 и необычных фото и видеороликов — с цыплятами, козочками, поля подсолнухов, сплав по рекам и т.д. Такой материал имеет много шансов привлечь внимание городских жителей.

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.
- Специалисты рекомендуют делать один-два поста в день, стараться выработать и соблюдать единый стиль в тематике и обработке фото.

- Инстаграм хорошо использовать для продвижения мероприятий (например, сельских праздников), рассказа о прошедших турах, публикации отзывов ваших гостей. Но не стоит в каждом посте предлагать купить какую-то из услуг — людям неинтересно читать страницу, на которой тебе каждый день что-то «навязывают».



ФЕЙСБУК (FACEBOOK)

Адрес в интернете: [facebook.com](https://www.facebook.com).

Эта соцсеть считается более популярной среди людей среднего возраста), 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 пона-

добится, когда вы выстроите взаимодействие с другими объектами сельского туризма в вашем районе и договоритесь о совместном продвижении.

Чем хорош Фейсбук?

- Именно здесь проводят много времени ваши потенциальные клиенты, а также возможные деловые партнеры (например, турагентства).
- Удобен в использовании: 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 суток или день недели, когда вы размещаете пост. В новостной лен-

те ваших подписчиков много постов, более старые из них очень быстро уходят глубоко вниз ленты, где их мало кто увидит. Изучайте инструкции, чтобы разобратся в этом подробнее.

- Найдите 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.



ВКОНТАКТЕ

Адрес в интернете: [vk.com](https://www.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 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 и потенциальные клиенты могут иметь страницу здесь и не иметь ее



 Продвигать территорию с разными тур-объектами и тур-услугами 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.

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

в Фейсбуке. Зарегистрировать ВКонтакте будет не лишним, особенно если вы планируете работать с туристами из регионов.

Общие правила работы в социальных сетях

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 которых можно будет быстро набрать новых подписчиков.
- Страницы ВКонтакте очень хорошо находятся через поиск в Интернете.

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 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 го-

товить заранее и настроить все так, чтобы они публиковались сами в то время, которое вы зададите. Это сделает вашу работу более эффективной.

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 гиперссылкам³. 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.

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 размещать в соцсетях, а на сайте давать на них ссылку.

³ 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.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

Пример сайта-визитки
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.



фото Ю. Ломакова

- Излагайте все коротко и ясно, четко по делу. Турист, пресыщенный информацией, это оценит.
- Сайт-визитку можно создать с помощью бесплатного конструктора.

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 (единоразовые платежи). 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 поставленных задач.

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

- Вы не платите за домен и хостинг.
- Вы сможете все сделать сами и не платить за дорогостоящую работу по созданию сайта.
- Вы сможете сами обновлять сайт, т.е. не платить администратору сайта.
- Такие сайты проще и быстрее раскрутить.



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.

Минусы

- На вашем сайте постоянно будет показываться реклама, что неприятно пользователю. Показ рекламы можно отключить, но это стоит денег.
- Ваш сайт не будет иметь красивого имени, которое вы выберете. После имени будет идти обязательное окончание с названием платформы (вместо www.turivderevnu.ru ваш сайт будет называться, к примеру, www.turivderevnu.ucoz.ru). Это сложнее запомнить.
- 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.

Как раскрутить сайт?

После того как вы создали сайт, у вас появляется еще одна важнейшая задача — его раскрутка. Это серьезная и ежедневная работа, цель которой — сделать так, чтобы именно ваш сайт появлялся одним из первых в списке всех основных поисковиков (Яндекс, Google и др.) при вводе необходимых вам ключевых слов. К примеру, пользователь вводит запрос: «гостевой дом Вельский район», «сельский туризм Вельский район», «отдых в деревне Вельский район» и аналогичные запросы. Вам нужно заранее представить себе эти и другие ключевые слова, которые пользователь может ввести в поисковой строке, и «прописать» эти ключевые слова на сайте. В этом случае именно ссылка на сайт будет показываться одной из первых по данному запросу. Если вы не подумаете об этом, то даже самый красивый сайт никто никогда не увидит.

Сегодня 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 сайта. Как правило, у соцсетей выше рейтинг в поисковиках, поэтому это может помочь. Старайтесь задать в шаблоне сайта уникальные ключевые слова, которые будут четко отражать специфику вашей деятельности и при этом не будут очень распространенными. Так, по запросу «туризм архангельск» или «отдых архангельск» вам будет крайне сложно «победить» в рейтинге давно работающих туроператоров или крупных отелей, тогда как более узкий запрос «сельский туризм лешуконье» сегодня практически свободен.

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 комиссию за свои услуги, но при этом пользование ими способно резко увеличить ваши продажи и привлечь к вам новых интересных клиентов.

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 через «поиск по ключевым словам», добавляться в друзья и подписчики, и в тех случаях, когда это разрешено правилами группы, размещать свои объявления.



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.

Обязательно уточняйте у администратора группы условия сотрудничества, они могут быть разными в каждом конкретном случае.

Поиск в Интернете по запросу «сельский туризм в Архангельской области» выдает много официальной информации и новостей о том, что этот вид туризма активно развивается, а также ссылки на отдельные территории (в первую очередь, Шенкурский район), которые имеют собственные сайты с прописанными соответствующими хэштегами. При этом многие районы области вообще не выдаются в результатах запроса, хотя объекты сельского туризма в них существуют. Если ваш район — один из таких, с этим важно работать, потому что сегодня потенциальный турист практически лишен возможности вас найти.

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 любое массовое мероприятие (туристическую выставку, фестиваль, ярмарку), профессиональную встречу (семинар, конференцию и пр.), где будете знакомиться, например, с туроператорами. При личном знакомстве намного проще сразу показать какие-то картинки с вашего 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: есть шанс установить взаимодействие.

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, допустим, организацией конных прогулок, то вам хватит небольшой открытки с 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 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.



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, выполненные качественно и с душой. Это принесет вам больше пользы, чем горы толстых, но тусклых брошюр.

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.

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 (например, туроператоров) самостоятельно — сложно и затратно. Целесообразно выяснить, какие мероприятия планирует региональная или районная администрация, туристско-информационный центр, Кенозерский национальный парк или Национальный парк «Онежское Поморье», крупные туроператоры вашего региона, и постараться 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. Продумайте, во что что вы будете одеты, как оформите свой стенд, чем он будет отличаться от всех окружающих стендов.

ПРОДВИЖЕНИЕ ЧЕРЕЗ ПАРТНЕРОВ

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

Если на вашей территории работает одна из перечисленных 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



Как правило, администрация национального парка предъявляет определенные требования к тем объектам размещения, сувенирной продукции, экскурсоводам и иным предпринимателям, с которыми она работает и которых 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.

Предъявлять аналогичные требования к экскурсиям, которые вы проводите не по территории ООПТ, учреждение 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. Если ООПТ или музей продвигает вас или поддерживает ваши проекты, не забывайте делать то же самое: разбираться в особенностях режима посещения территории, давать своим туристам правдивую информацию об этом, рассказывать о ценности и привлекательности вашего «большого партнера». Поверьте, любая «двойная игра» очень скоро станет очевидной, а в ваших интересах — выход на долгосрочное сотрудничество.



Фото К. Кочошкина

во многом зависит, как выстроится 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, 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 печатных рекламных материалов в объектах ООПТ или музея.
- ООПТ и музеи обычно имеют доста-

точно раскрученные сайты и группы в социальных сетях. Если информация о ваших услугах или ссылка на ваши ресурсы появится там, то это может привлечь 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 очень часто есть пресс-секретарь или иные специалисты, основная работа которых заключается в продвижении. Кроме того, есть специалисты по туризму, которые отвечают за разработку турпродуктов, работу с туристами и туроператорами. Взаимодействие с ними может быть эффективным и на уровне консультационной поддержки, и на уровне



практического объединения сил, направленных на продвижение ваших услуг, включения ваших предложений в турпакеты организации. Не стоит пренебрегать этим ценным ресурсом.

ПРОДВИЖЕНИЕ ЧЕРЕЗ РАБОТУ С ТУРКОМПАНИЯМИ

Продвижение и продажи ваших услуг через туркомпанию — 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.

Продвигать 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 про-

ще 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, возможные капризы погоды, удобства, отсутствие каких-то «благ цивилизации», особенности средства размещения и пр. В ваших интересах не допустить лже-пиара, когда турист, собираясь в «пятизвездочный отель», по факту селится в скромном картонном домике без удобств и уезжает с обманутыми ожиданиями. Это 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 завяжете 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 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.

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.



Фото А. Мартыновой

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.

- 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 2000 рублей. Когда вы продаете ее через турагентство, турист также платит 2000 рублей, из которых 10%, т.е. 200 рублей, забирает агентство, а 1800 рублей получаете вы.

Как выйти на турагентства?

- Региональная администрация (Отдел развития туризма Министерства культуры Архангельской области), 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 свое предложение в региональный туристско-информационный центр (ТИЦ) 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.
- 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».



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. 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.



фото Д. Бастега

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.

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.

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 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.



фото Д. Бастега

- 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 подводите 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

ПОМОГАЙТЕ
ДРУГ ДРУГУ
И НЕ БОЙТЕСЬ
КОНКУРЕНЦИИ —
В СЕЛЬСКОМ
ТУРИЗМЕ БЕЗ
ВЗАИМНОЙ
ПОДДЕРЖКИ
НЕ ВЫЖИТЬ!

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 предположения озвучивались вашим экскурсантам.

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.

- Оказывать услуги как физическое лицо, в том числе как владелец личного подсобного хозяйства (ЛПХ).
- Зарегистрировать предпринимательскую деятельность в единственном лице или с единоумышленниками.
- Создать некоммерческую организацию, которая вправе заниматься предпринимательской деятельностью в целях решения уставных задач.

Если вы «одиночный игрок»

Зарегистрироваться как индивидуальный предприниматель (ИП) или глава крестьянского фермерского хозяйства (КФХ) в статусе ИП	Создать общество с ограниченной ответственностью (ООО) как единственный учредитель	Создать некоммерческую организацию (НКО) как единственный учредитель
---	--	--

Если у вас есть команда единомышленников

Создать общество с ограниченной ответственностью (ООО) с несколькими соучредителями	Создать сельскохозяйственный потребительский кооператив (СПК) с несколькими соучредителями	Создать некоммерческую организацию (НКО) с несколькими соучредителями, том числе территориальное общественное самоуправление (ТОС)
---	--	--

У каждого пути есть свои нюансы.

- Хорошим стартом для развития сельского туризма является наличие личного подсобного хозяйства (ЛПХ).
- 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. ТОС, являясь некоммерческой организацией, может быть как без регистрации юридического лица, так и с регистрацией юридического лица. Подробнее о ТОС вы можете узнать из федерального закона от 06.10.2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» или в администрации вашего района.
- Некоммерческую организацию (НКО) 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 государственных 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 для старта стоит рассматривать два пути:

- Оказывать услуги как физическое лицо, в том числе как владелец личного подсобного хозяйства (ЛПХ).
- Зарегистрироваться в качестве индивидуального

предпринимателя (ИП) или главы крестьянского фермерского хозяйства (КФХ) в статусе индивидуального предпринимателя.

Рассмотрим плюсы и минусы каждого из этих двух вариантов.

	Физическое лицо (без привлечения наемных работников)	Индивидуальный предприниматель (без привлечения наемных работников)
Плюсы	<ul style="list-style-type: none"> • нет регистрации • простая процедура подачи декларации о доходах один раз в год по истечении отчетного года • не платится налог на имущество, используемое в предпринимательской деятельности • можно самостоятельно делать отчисления в пенсионный фонд (ПФР) на будущую пенсию 	<ul style="list-style-type: none"> • простые и дешевые процедуры регистрации и прекращения деятельности • возможность работать по специальным системам налогообложения (УСН, ПСН, ЕНВД, ЕСХН), при которых не платятся: *налог на имущество, используемое в предпринимательской деятельности *налог на доходы физических лиц 13% *налог на добавленную стоимость • есть отчисления в пенсионный фонд (ПФР) на будущую пенсию
Минусы	<ul style="list-style-type: none"> • полная ответственность по долгам своим имуществом • часто компании отказываются работать с физическими лицами • без отчислений на пенсионное страхование не будет пенсии • обязанность платить 13% от полученного дохода самый главный минус — можно только сдавать в аренду свою собственность (свое жилье, баню и др.), систематическое занятие иными видами деятельности является незаконным предпринимательством 	<ul style="list-style-type: none"> • полная ответственность по долгам своим имуществом • 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 2000 рублей за сутки, 12 суток в месяц, ежемесячно, круглогодично.

Его годовой доход составит: $2000 \times 12 \text{ (суток)} \times 12 \text{ (месяцев)} = 288\,000$ 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 (без работников) по упрощенной системе налогообложения «6% от доходов» (мы рассмотрим ее далее более подробно), то по результатам 2018 года он:

а) заплатит страховые взносы в фиксированном размере: 32 385 рублей,
(в том числе в Пенсионный фонд 26 545 рублей и Фонд медстрахования 5840 рублей)

б) исчислит налог на доходы по ставке 6%: $288\,000 \times 6\% = 17\,280$ рублей и будет вправе уменьшить его на уплаченные взносы: $17\,280 - 32\,385 = 0$.

Это означает, что налог на доходы до 300 000 рублей ему платить не надо.

Сравниваем пункты 1 и 2:

$37\,440 - 32\,385 = 5\,055$ рублей.

Столько сэкономит Николай Иванович на налогах, если будет индивидуальным предпринимателем.



Фото К. Колоскина

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

КАК ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕМ?

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

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 руб.

Сдаем документы. Регистрацию осуществляет налоговая инспекция по месту вашей регистрации (запись в паспорте).

Документы на регистрацию вы можете отнести в инспекцию лично или поручить это кому-нибудь по нотариальной доверенности.

Налоговая инспекция примет документы и выдаст расписку в их получении.

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

- лист записи из единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП), так называемая «выписка из ЕГРИП»;
- уведомление о постановке на учет физического лица в налоговом органе в качестве индивидуального предпринимателя;
- свидетельство о постановке физического лица на учет в налоговом орга-



При регистрации необходимо указать виды деятельности, которыми 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. Эта группировка включает сбор дикорастущих материалов: грибов, ягод, орехов, смол, морской травы, желудей, 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.



Фото Е. Мазилова

не (если не выдавалось раньше). В нем указывается идентификационный номер налогоплательщика — ИНН.
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.

Применение некоторых режимов налогообложения, которые не учитывают фактически произведенные расходы, позволяет уменьшать исчисленный налог на уплаченные взносы во внебюджетные фонды. Поэтому необходимо знать установленные размеры и порядок уплаты страховых взносов индивидуальных предпринимателей.

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

Порядок и размеры страховых взносов для всех индивидуальных предпринимателей, которые не производят выплаты и иные вознаграждения физическим лицам, независимо от специальных режимов налогообложения, регулирует глава 34 Налогового кодекса Российской Федерации «Страховые взносы». Федеральным законом №335-ФЗ от 27.11.2017 г. в эту главу внесены изменения — размер взносов уже не зависит от минимального размера оплаты труда (МРОТ).

Для индивидуальных предпринимателей, чей доход за календарный год составит менее 300 000 рублей, на 2018–2020 годы установлены размеры фиксированных страховых взносов в рублях:

Фонды	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Пенсионный фонд	26 545	29 354	32 448
Федеральный фонд обязательного медицинского страхования	5840	6884	8426
Всего	32 385	36 238	40 874



При выборе объекта налогообложения учитывайте затратность вашего бизнеса, т. е. наличие постоянных и обоснованных расходов. Практика показывает:

- Если документально подтвержденные расходы составляют свыше 70% от оборота, то выгоднее выбрать объект «доходы минус расходы».
- Если документально подтвержденные расходы составляют менее 70% от оборота, то выгоднее выбрать объект «доходы».

Если величина дохода ИП за год 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 2018 год — 800 000 рублей. Платеж в пенсионный фонд составит: указанные выше за 2018 год 26 545 плюс: 1% от 500 000 (800 000 — 300 000) × 1% = 5000 руб.

Итого: 26 545 + 5000 = 31 545 рублей.

Платеж в Федеральный фонд обязательного медицинского страхования (ФФОМС) установлен: 5840 рублей.

Срок уплаты взносов с дохода до 300 000 руб. — до 31 декабря текущего года.

Срок уплаты взносов с дохода свыше 300 000 руб. — до 01 апреля следующего года, в размере 1%.

ВЫБОР РЕЖИМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, ИЛИ КАК ПЛАТИТЬ НАЛОГИ?

Налогоплательщик вправе самостоятельно выбрать установленные Налоговым кодексом режимы налогообложения для ведения своего бизнеса. ВАЖНО сделать правильный выбор.

Налоговый кодекс установил для индивидуальных предпринимателей следующие системы (режимы) налогообложения:

- Общая (обычная) система налогообложения (ОСН) (Мы не будем останавливаться на этом варианте подробно, т. к. его чаще используют уже опытные предприниматели и предприниматели с большими оборотами.)
- Упрощенная система налогообложения (УСН)
- Патентная система налогообложения (ПСН)
- Единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН)

- Единый налог на вмененный доход (ЕНВД) (Применение данного режима налогообложения продлено до 2020 года включительно).

Возможно одновременное применение нескольких режимов. Однако запрещается применение одновременно и общей и упрощенной систем налогообложения.

Рассмотрим варианты налогообложения, подходящие для начинающего предпринимателя в сфере сельского туризма.

Упрощенная система налогообложения (УСН) — один из самых распространенных режимов налогообложения малого бизнеса. Применять его можно до достижения выручки в 2018 году до 88,86 миллионов рублей.

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»).

Определяем. Ставка налога зависит от выбранного объекта налогообложения:

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

КАК РАССЧИТАТЬ НАЛОГ

Считаем, сколько платить при варианте «6% от доходов». Для исчисления единого налога берутся все доходы предпринимателя, далее сумма доходов умножается на ставку 6%.



Вновь зарегистрированные индивидуальные предприниматель и организация 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).



Фото Е. Мазилова

Считаем на примере.

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

Период	Доходы, руб.
Январь	6000
Февраль	8400
Март	7200
ИТОГО за первый квартал	21 600

- Исчислим сумму единого налога за первый квартал: $21\,600 \times 6\% = 1296$ рублей.
- ИП без работников вправе уменьшить на уплаченные за первый квартал взносы (6636,25 в ПФР + 1460 в ФФОМС): $1296 - 8096,25 = 0$
Уменьшение исчисленного налога на страховые взносы на обязательное пенсионное страхование и на обязательное медицинское страхование в фиксированном размере возможно в случае их уплаты в текущем квартале. Поэтому рекомендуется производить их уплату в последнем месяце квартала.

Таким образом, при доходе за год менее 300 000 рублей Мария Николаевна по результатам за первый и последующие кварталы налог уплачивать не будет.

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 налог **при таких доходах НЕ платит**.

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

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:



Для предпринимателей и организаций, 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.

Минимальный налог в размере 1% от фактически полученных доходов в течение года не уплачивается. Он отчисляется только по итогам года!

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 (68% от выручки)	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

- Рассчитаем сумму авансовых платежей за первый квартал $69\,000 \times 15\% = 10\,350$ рублей.
- Вычислим общую сумму налога с дохода нарастающим итогом за первое полугодие $135\,000 \times 15\% = 20\,250$ рублей.
- Рассчитаем сумму авансовых платежей за первое полугодие.

С учетом аванса, который уплачен по итогам первого квартала, за первое полугодие нужно заплатить только 9900 рублей: $20\,250 - 10\,350 = 9900$ рублей.

Такие же расчеты нарастающим итогом производятся за 9 месяцев и за год.

Не позднее 30 апреля индивидуальные предприниматели по итогам прошедшего года 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»!**

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: $10\,000 \times 15\% = 1500$ рублей.

3. Смотрим: сумма налога (1500 рублей) получилась меньше, чем 1% от доходов ($250\,000 \times 1\%$) 2500 рублей.

4. Рассчитаем минимальный налог.

Минимальный налог равен: $250\,000 \times 1\% = 2500$ рублей.

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



По итогам отчетных периодов (первый квартал, полугодие, 9 месяцев) необходимо только уплачивать авансовые платежи, налоговая декларация представляется только по итогам года.



фото Е. Мазилова

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.

ПАТЕНТНАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ (ПСН).

Эта система доступна только в регионах, где введена по решению законодателей субъектов Российской Федерации, в частности, в Архангельской области.

При применении патента индивидуальный предприниматель освобождается от уплаты трёх налогов (налог на добавленную стоимость, налог на доходы физических лиц и налог на имущество физических лиц) и необходимо 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.

Патентная система налогообложения применяется индивидуальными предпринимателями наряду с иными режимами налогообложения.

Индивидуальный предприниматель вправе получить патенты на несколько видов деятельности одновременно.

Переход на патентную систему налогообложения или возврат к иным режимам налогообложения индивидуальными предпринимателями осуществляется добровольно.

Как перейти на патентную систему налогообложения?

Вникаем в особенности. Перечень видов предпринимательской деятельности, по которым возможно применение патентной системы налогообложения, ограничен. Он включает 63 вида предпринимательской деятельности.

Индивидуальные предприниматели, занимающиеся сельским туризмом, вправе оформить патенты по следующим видам своей деятельности:

- сдача в аренду (наем) жилых и нежилых помещений, дач, земельных участков, принадлежащих индивидуальному предпринимателю на праве собственности;
- изготовление изделий народных художественных промыслов;



Индивидуальный предприниматель по своему выбору вправе приобрести патент на срок от 1 до 12 месяцев в течение одного календарного года. Если он желает вести на ПСН несколько видов деятельности, патент необходимо приобретать для каждого из видов отдельно.

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

- 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.

Подаем уведомление. Уведомление подается в налоговую инспекцию не позднее, чем за 10 дней до начала применения ПСН. Уведомление может быть подано лично, отправлено по почте или в электронном виде через интернет.

КАК ПЛАТИТЬ?

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

Находим в законе 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.

Рассчитываем годовую стоимость патента. Для определения стоимости патента сумму потенциально возможного дохода по выбранному виду деятельности умножаем на установленную Налоговым кодексом ставку 6%.

Если предприниматель получает патент на срок менее 12 месяцев в календарном году, стоимость патента пересчитывается в соответствии с периодом, на который приобретен патент.

Оплачиваем патент.

1) Если патент получен на срок до шести месяцев, оплата производится в размере полной суммы налога в срок не позднее срока окончания действия патента.

2) Если патент получен на срок от шести месяцев до календарного года, оплата производится по следующей схеме:

- в размере одной трети суммы налога в срок не позднее девяноста календарных дней после начала действия патента;
- в размере двух третей суммы налога в срок не позднее срока окончания действия патента.

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.



☝ Все доходы индивидуального предпринимателя нужно учитывать в специальной книге.

☝ При применении ПСН индивидуальный предприниматель вправе нанять работников, но не более 15 человек. С выплат работникам нужно удерживать НДФЛ и уплачивать страховые взносы.

Форма и порядок заполнения книги учета доходов индивидуального предпринимателя, применяющего патентную систему налогообложения, утверждена приказом Министерством финансов Российской Федерации №135 от 22.10.2012 г. (с изменениями 2016 г.)

Если с начала календарного года доходы по всем видам предпринимательской деятельности, в отношении которых применяется патентная система налогообложения, превысили 60 млн. рублей, индивидуальный предприниматель считается утратившим право на применение патентной системы налогообложения.

СКОЛЬКО НАДО ПЛАТИТЬ ЗА ПАТЕНТ?

Считаем на примере.

По состоянию на февраль 2018 г. по Архангельской области для ПСН установлена потенциально возможная годовая доходность 106700 рублей (без привлечения наемных работников) на следующие виды деятельности:

- Сдача в аренду (наем) жилых помещений, дач, принадлежащих индивидуальному предпринимателю на праве собственности, суммарной площадью до 50 кв. м включительно;
- Изготовление изделий народных художественных промыслов;
- Экскурсионные услуги;
- Услуги по ремонту и изготовлению бондарной посуды и гончарных изделий; граверные работы по металлу, стеклу, фарфору, дереву, керамике; изготовление и ремонт деревянных лодок; ремонт игрушек; ремонт туристского снаряжения и инвентаря; услуги по ремонту и изготовлению очковой оптики; зарядка газовых баллончиков для сифонов, замена элементов питания в электронных часах и других приборах.

Стоимость патента для каждого из вышеперечисленных видов деятельности на 12 месяцев составит 6402 рубля.

В случаях привлечения работников стоимость патента увеличивается на установленный областным законом коэффициент в зависимости от их количества.

ЕДИНЫЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЙ НАЛОГ (ЕСХН)

Этот режим вправе применять сельхозпроизводители — организации, предприниматели и крестьянские фермерские хозяйства, в общем объеме дохода которых от реализации товаров (работ, услуг) на долю сельскохозяйственной продукции собственного производства приходится не менее 70%.

Начинающие предприниматели этот показатель в первые год-два деятельности обеспечить смогут не всегда. Поэтому на этот режим они могут перейти позднее.

При этом режиме налог уплачивается по ставке всего 6% с разницы между доходами и расходами.

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



Фото К. Кошкина

пп. 2, 2.1 ст. 346.2 Налогового кодекса, перечень сельскохозяйственной продукции установлен п. 3 ст. 346.2.

Выясняем, с чего платить. Налог уплачивается с прибыли, полученной индивидуальным предпринимателем от всех видов деятельности. Прибыль — это разница между доходами и расходами за год (или полугодие).

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%.

Считаем, сколько платить. Сумма ЕСХН (авансово-го 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, тыс. руб.	Расходы, тыс. 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 × 6% = 15 000 рублей.

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.
- Подает заявление.** Подать заявление о применении ЕСХН вы можете вместе с пакетом документов для



государственной регистрации вас как индивидуально-го предпринимателя или главы крестьянского фермерского хозяйства.

ЕДИНЫЙ НАЛОГ НА ВМЕНЕННЫЙ ДОХОД (ЕНВД).

Применение данного режима налогообложения продлено до 2020 года включительно.

Эта система доступна только в регионах, где введена по решению законодателей субъектов Российской Федерации, в частности, в Архангельской области.

Применение ЕНВД осуществляется добровольно.

При применении ЕНВД организация освобождается от уплаты трёх налогов (налог на добавленную стоимость, налог на прибыль и налог на имущество организаций).

При применении ЕНВД индивидуальный предприниматель освобождается от уплаты трёх налогов (налог на добавленную стоимость, налог на доходы физических лиц и налог на имущество физических лиц).

Налоговые декларации подаются ежеквартально – не позднее 20 числа месяца, следующего за истекшим кварталом. По итогам календарного года декларация не представляется.

Уплата единого налога производится налогоплательщиком по итогам налогового периода (квартала) не позднее 25-го числа первого месяца следующего налогового периода по месту постановки на учет в налоговом органе в качестве налогоплательщика единого налога.

ЕНВД применяется организациями и индивидуальными предпринимателями наряду с иными режимами налогообложения.

ЕНВД может применяться одновременно по нескольким видам деятельности, для которых эта система установлена.

Индивидуальный предприниматель при применении системы единого налога на вмененный доход освобождается от ведения бухгалтерского учета и книги учета доходов и расходов.

КАК ПЕРЕЙТИ НА СИСТЕМУ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ЕНВД?

Уведомление о применении системы единого налога на вмененный доход подается не позднее, чем за пять дней после начала деятельности по этой системе.

Период	Доходы, руб.
Январь	6000
Февраль	8400
Март	7200
ИТОГО за первый квартал	21 600

Для исчисления единого налога на вмененный доход фактически полученные доходы не учитываются!

Налог исчисляется и уплачивается за каждый квартал.

Схема расчета налога за квартал такая.

Показатели для расчетов: 1000 руб. — базовая доходность в месяц для услуг размещения и проживания установлена Налоговым кодексом.

30 кв. м — физический показатель — площадь комнат для размещения и проживания.

K1 — 1,868 — коэффициент-дефлятор, установленный приказом №579 от 30.10.17 Министерства экономического развития на 2018 год для всей России.

K2 — 0,3 — муниципальный корректирующий коэффициент для данного вида деятельности (устанавливается по решению Совета депутатов).



Фото К. Колошкина

Исчисляем вмененный доход за квартал:
1000 руб. × 30 кв. м × 1,868 × 0,3 × 3 мес. = 50 436 руб.
Ставка налога — 15%.

Сумма исчисленного единого налога на вмененный доход за квартал составит: 50 436 руб. × 0,15 = 7565 руб.

Предприниматель без работников вправе уменьшить исчисленную сумму единого налога на уплаченные в отчетном квартале взносы. В 2018 году они составляют 8096 руб.

Сумма единого налога на вмененный доход к уплате составит: 7565 руб. – 8096 руб. = 0 руб.

То есть, при небольших площадях гостевого дома его владелец в качестве индивидуального предпринимателя при своевременно уплаченных взносах налог уплачивать не будет.

Таким образом, при вмененном доходе за год менее 300 000 рублей Мария Николаевна налог уплачивать не будет.

Она платит только пенсионные и медицинские страховые отчисления за себя.



Фото К. Колошкина



СРАВНЕНИЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ 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
ЕНВД	Единый налог на вмененный доход	Вмененный доход	15%	Квартал	Ежеквартально

Какой режим выбрать для вашего малого бизнеса — решать вам (УСН, ЕСХН, ПСН или ЕНВД). Все зависит от конкретного вида деятельности, которым вы будете заниматься и совокупности других факторов (количество деклараций, необходимость ведения учета доходов и расходов, количество квадратных метров площади, количество работников, величина коэффициентов, возможность уменьшать исчисленный налог на уплаченные взносы и т.д.).

Каждый сам для себя должен решить, какой режим налогообложения ему выгоднее и удобнее применять.

ВНЕСЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ В ЕГРИП (ЕДИНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РЕЕСТР ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ)

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



Фото К. Кошкина

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.

Что еще важно знать начинающему предпринимателю?

ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ

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

ПРОДАЖА ПИЩЕВЫХ ЛЕСНЫХ РЕСУРСОВ

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 ресурсов (пищевых лесных ресурсов), а также недревесных лесных ресурсов.

Ст. 32 ЛК РФ: жители лесных деревень, желающие продать грибы, ягоды или орехи, чтобы заработать дополнительные средства, должны зарегистрировать индивидуальное предпринимательство и действовать в рамках обычного режима предпринимательства, действующего в РФ.

Лицензия нужна только при продаже на экспорт, за пределы Российской Федерации. 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 декларирования продуктов питания происходит независимо от производителя и потребителя и удостоверяется в письменной форме. Не нужно забывать, что декларирование является обязательной формой подтверждения качества.

Данная процедура начинается с обращения заявителя в орган по сертификации с предложением о провер-



 Получить Форму декларации соответствия, а также рекомендации по ее заполнению вы можете в ФБУ «Государственный региональный центр стандартизации, метрологии и испытаний в Архангельской области и Ненецком автономном округе» (ФБУ «Архангельский ЦСМ»), который реализует на территории Архангельской области функции Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии (Росстандарта).
Адрес: г. Архангельск, ул. Шабалина, д. 3
Телефон: (8182) 20-35-77
E-mail: arkh@arkhcsm.ru
Организация оказывает государственные услуги юридическим и физическим лицам в сфере стандартизации на территории Архангельской области в соответствии с действующим законодательством. Либо в любом коммерческом аккредитованном центре по сертификации, где за дополнительную плату вам помогут оформить и подать документы должным образом.

ке 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 испытания 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.

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. Получить данное постановление или сам перечень вы можете, скачав в интернете или обратившись в ФБУ «Архангельский ЦСМ».

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.



Фото К. Колошкина

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 негативные, 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.

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.



Фото К. Колошкина



фото К. Кочошкина

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

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. Заявитель должен обратиться в ФБУ «Архангельский ЦСМ» или другой аккредитованный сертификационный орган (центр) и подать заявку.

Предприятие (или предприниматель), которое хочет оформить сертификат на сушеные или быстрозаморо-

женные 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.

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).

Рыба

Рыба в любом виде: копченая, вяленая, свежая и т.д. сертификации не подлежит, но подлежит обязательному декларированию соответствия. На копченую рыбу необходимо оформить протокол испытаний и декларацию соответствия. Пока не принят технический регла-



фото А. Мартынова

мент на рыбную продукцию, оформляются декларации соответствия ГОСТ Р.

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, маринованные, 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 (клюква, брусника свежие);
- травы высушенные, листья высушенные, сборы и др.

Бдительное отношение к своему здоровью — гарантия долгих лет жизни и отсутствия проблем со здоровьем. Покупатели, которые заботятся о своем здоровье и о 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.



фото К. Кочошкина

Глава 6.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА И ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Финансирование малого бизнеса — это вопрос, с которым сталкивается каждый предприниматель. Наиболее остро он стоит в начале организации своего дела, однако не менее актуален и на дальнейших стадиях развития бизнеса.

Финансирование делится на:

- Собственное (вложения собственных средств на начальном этапе; возврат последующей прибыли в оборот)
- Банковское (кредиты) (стоимость обычного кредита с обеспечением: 20–22% годовых, без обеспечения: до 27% годовых)
- Государственное (безвозвратные; субсидии; гранты; займы; льготные кредиты; начинающим; поручительство; программы самозанятости населения)

С собственными средствами предпринимателя все понятно — можно сразу вложить в дело свои деньги, оборудование или имущество, а можно начинать и без вложений на начальном этапе, а в дальнейшем, когда появится прибыль, возвращать ее в оборот. Все зависит от выбранного 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 дополнительной услугой и на вас помимо расчетно-кассового обслуживания можно еще дополнительно заработать денег.

К тому же собирать типовой пакет документов будет проще: все необходимые юридические составляющие пакета документов уже есть в вашем деле (формируется при открытии расчетного счета). Вы также вправе обратиться и в любой другой банк. Условия у всех банков похожие, требования к заемщикам для всех 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**. Подобные программы для малого предпринимательства есть в Архангельской области, и их немало.

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 начинающих предпринимателей на всех этапах развития: от разработки идеи до ее воплощения, в т. ч. помощь с финансированием.

В рамках реализации государственной программы Архангельской области «Экономическое развитие и инвестиционная деятельность в Архангельской области», утвержденной постановлением Правительства Архангельской области от 08 октября 2013 года №462-пп, министерством экономического развития осуществляет-



ся целый комплекс мероприятий, направленных на поддержку малого и среднего предпринимательства:

- Развитие микрофинансирования Микрокредитной компанией Архангельский региональный фонд «Развитие»
- Развитие центра поддержки предпринимательства на базе Автономного учреждения Архангельской области «Дом предпринимателя» (до 31 января назывался «Архангельский региональный бизнес-инкубатор»)
- Создание и обеспечение деятельности центра кластерного развития Архангельской области
- Софинансирование на конкурсной основе мероприятий, отраженных в муниципальных программах развития и поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства
- Содействие развитию молодежного предпринимательства
- Обеспечение участия субъектов малого и среднего предпринимательства в выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых на территории Архангельской области и за ее пределами.

Критерии отнесения к субъектам малого предпринимательства:

- Коммерческие организации, потребительские кооперативы, индивидуальные предприниматели, крестьянские (фермерские) хозяйства;
- Средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать 100 человек для малых предприятий; среди малых предприятий выделяются микропредприятия — до 15 человек.
- Выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость за предшествующий календарный год не должна превышать:

микропредприятия — 120 млн руб.; малые предприятия — 800 млн руб.

Ниже в таблице приведен перечень учреждений, которые работают с субъектами малого и среднего предпринимательства (далее МСП), и какие услуги они оказывают.

- Субсидии, гранты, обеспечение участия в выставках (АО «Корпорация развития Архангельской области»)
- Микрозаймы, льготное кредитование (Микрокредитная компания «Архангельский региональный фонд «Развитие»; Микрокредитная компания «Архангельский региональный фонд «Развитие»)
- Бизнес-инкубаторы (Министерство агропромышленного комплекса и торговли Архангельской области)
- Гарантии и поручительства (Автономное учреждение Архангельской области «Дом предпринимателя»)
- Образование, консультирование (ГУП АО «Инвестиционная компания «Архангельск»)
- Информация (Портал малого и среднего предпринимательства Архангельской области)

По информации Отдела развития туризма Министерства культуры Архангельской области:

С 2011 по 2015 годы в Архангельской области было инициировано около 500 проектов в сфере культуры и туризма на сельских территориях в рамках программных механизмов Правительства Архангельской области. Положительная тенденция способствует постепенной модернизации туристской инфраструктуры на селе.

В рамках деятельности микрокредитной компании Архангельского регионального фонда «Развитие» с начала 2016 года реализуется программа предоставления микрозаймов субъектам малого и среднего предпринимательства в сфере сельского туризма на льготных



условиях: ставка кредитования составляет 7% годовых, предоставляемая без залога сумма микрозайма — 500 тыс. рублей.

В целом средства микрозайма направляются участниками программы на следующие цели:

- строительство, реконструкция и ремонт зданий и сооружений, предназначенных непосредственно для использования в сфере сельского туризма;
- приобретение материалов для строительства, реконструкции и ремонта зданий и сооружений, предназначенных непосредственно для сельского туризма;
- приобретение и ремонт техники, машин и оборудования, инвентаря, предназначенных для оказания услуг в сфере сельского туризма;
- приобретение горюче-смазочных материалов и запасных частей для техники, машин и оборудования, предназначенных для оказания услуг в сфере сельского туризма;
- приобретение семян, посадочного материала, удобрений для озеленения и благоустройства территории, прилегающей к объектам сельского туризма;
- приобретение, ремонт и реставрация мебели и иных предметов, находящихся непосредственно в туристических объектах;
- разработка и организация новых туристических маршрутов;
- разработка и организация культурно-массовых, спортивных и физкультурно-оздоровительных мероприятий для туристов;
- размещение рекламных объявлений, баннеров, афиш;
- приобретение расходных материалов, полиграфической, аудио- и видеопродукции, используемых непосредственно в процессе предпринимательской деятельности в сфере сельского туризма.

Комплексное и квалифицированное обслуживание субъектов малого и среднего предпринимательства на различных этапах их развития, в том числе предоставление адресной методической, информационной, консультационной и правовой поддержки, оказывает ГАУ Архангельской области «Архангельский региональный бизнес-инкубатор».

В целях привлечения финансирования и обеспечения взаимодействия с институтами развития и поддержки предпринимательства оказывает услуги также АО «Корпорация развития Архангельской области».

Субъекты малого и среднего предпринимательства поддерживаются Гарантийным фондом Архангельской области (далее — ГУП «ИК «Архангельск») по обязательствам перед кредитными организациями, в случае отсутствия достаточного собственного залогового имущества для получения кредита в одной из российских кредитных организаций. ГУП «ИК «Архангельск» предоставляет поручительства на сумму до 70% от необходимого залогового обеспечения на срок до трех лет.

Департамент по местному самоуправлению администрации губернатора Архангельской области и Правительства Архангельской области ежегодно проводит конкурсы проектов территориального общественного самоуправления (ТОС) по направлению «сохранение исторического и культурного наследия, народных традиций и промыслов, развитие въездного туризма» в рамках государственной региональной программы «Развитие местного самоуправления в Архангельской области и государственная поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций (2014–2020 годы)», утвержденной постановлением Правительства Архангельской области от 08 октября 2013 года № 464-пп. Поддерживаемые проекты позволяют благоустраивать местную террито-



рию и создавать отдельные объекты туристской инфраструктуры (ремонт и строительство гостевых домов, обустройство туристических троп и маршрутов, сельских музеев и т. д.).

Государственная поддержка хозяйствующих субъектов в организационно-правовых формах крестьянско-фермерских хозяйств осуществляется по линии Министерства АПК и торговли Архангельской области в рамках государственной региональной программы «Устойчивое развитие сельских территорий Архангельской области (2014–2017 годы)», утвержденной постановлением Правительства Архангельской области от 08 октября 2013 года № 461-пп.

Управлением по делам молодежи и патриотическому воспитанию департамента по внутренней политике администрации губернатора Архангельской области и Правительства Архангельской области в рамках Архангельского молодежного форума «Команда-29» организуется работа площадки «Молодежный туризм», на которой активные представители муниципальных образований Архангельской области и начинающие молодые предприниматели разрабатывают проекты, нацеленные на развитие регионального и сельского туризма.

Регулярно проводятся конкурсы на предоставление субсидий безработным гражданам, состоящим на учете в центрах занятости населения, для организации самозанятости — предпринимательской деятельности. Большой процент победителей этих конкурсов — желающие организовать сельский гостевой дом или новый объект отдыха и развлечений туристов.

Министерство культуры Архангельской области в рамках государственной региональной программы «Культура Русского Севера (2013–2020 годы)», утвержденной постановлением Правительства Архангельской

области от 12 октября 2012 года № 461-пп, проводит конкурсы среди муниципальных образований Архангельской области и некоммерческих организаций на право получения субсидий, межбюджетных трансфертов и грантов:

- конкурс на предоставление субсидий бюджетам муниципальных образований на реализацию муниципальными учреждениями культуры общественно значимых культурных мероприятий в рамках проекта «Любо-дорого»;
- творческий конкурс на соискание грантов губернатора Архангельской области для поддержки проектов регионального значения в сфере культуры и искусства социально ориентированных некоммерческих организаций;
- конкурс на предоставление субсидий бюджетам муниципальных образований на мероприятия по обеспечению в муниципальных учреждениях культуры доступной среды для инвалидов.

Не все эти механизмы государственной поддержки доступны сельским жителям, предпринимателям напрямую: часть из них работает только с НКО, некоторые — только с администрациями муниципальных образований или учреждениями культуры. Но все это можно, со временем, использовать и для поддержки ваших начинаний, если объединиться, найти соответствующих партнеров и выходить на более масштабные проекты.

ПОЛЕЗНЫЕ АДРЕСА

Микрокредитная компания Архангельский региональный фонд «Развитие»

Фонд, учрежденный министерством экономического развития Архангельской области предлагает микрозаймы для субъектов малого и среднего предпринимательства региона.

Микрозаймы выдаются юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, крестьянским (фермерским) хозяйствам, зарегистрированным и осуществляющим не менее трех месяцев свою деятельность на территории Архангельской области. Действуют специальные программы для начинающих, в том числе по направлению «сельский туризм». Предоставляются льготные периоды (с учетом сезонности бизнеса).

Обеспечение возврата займа:

- а) до 500 тыс. руб. включительно — наличие поручителей;
- б) свыше 500 тыс. руб. — предоставление залога и поручительств;
- в) для займов в размере от 2,5 млн руб. возможно предоставление поручительства региональной гарантийной организации ГУП «Инвестиционная компания «Архангельск»

163061, Архангельск, ул. Урицкого, 49, корп. 3
Тел.: 8(8182) 63-95-47, 8(8182) 43-19-65,
e-mail: expert@cmf29.ru, www.cmf29.ru
Исполнительный директор: Тутьгин Андрей Геннадьевич.

Автономное учреждение Архангельской области «Дом предпринимателя» (до 31 января назывался «Архангельский региональный бизнес-инкубатор»)

Главная задача Архангельского регионального бизнес-инкубатора — помочь тем, кто открывает собственное дело, а также оказывать поддержку уже существующим МСП Архангельской области. Это достигается путем предоставления этим фирмам имущественных, информационных, консультационных и других необходимых услуг для развития малых и средних предприятий на территории области, в том числе: консультирование по вопросам налогообложения и бухгалтерского учета, по правовым вопросам и вопросам бизнес-планирования; консультирование о мерах финансовой поддержки в регионе, помощь в подготовке заявок для участия в конкурсных процедурах; предоставление в аренду офисов, оборудованных мебелью, оргтехникой, компьютерами с лицензионным программным обеспечением; организация тренингов, семинаров, круглых столов; содействие в приведении продукции в соответствие с необходимыми требованиями (декларирование, сертификация, патентование); услуги по регистрации бизнеса; помощь в ведении бухгалтерского учета и составлении отчетности; бесплатные консультации по предварительной записи по телефону и e-mail.

163061, Архангельск, пр. Обводный канал, 12, 5 этаж,
оф. 501, 505, 506, тел. 8(8182) 42-14-53, office@msp29.ru,
www.msp29.ru
163650, Коряжма, ул. Дыбцына, 1, 1 этаж,
тел.: 8-921-290-57-57, e-mail: korbi@msp29.ru
165150, Вельск, ул. Фефилова, 1, тел.: 8-921-293-57-57,
velbi@msp29.ru.

ГУП АО «Инвестиционная компания «Архангельск»

Организация предоставляет субъектам малого и среднего предпринимательства поручительства для получения кредита в российских кредитных организациях на сумму до 70% от необходимого залогового обеспечения на срок до трех лет.
163000, г. Архангельск,
пл. Ленина, 4, офис 1410
тел. (8182) 21-01-60
office@icarh.ru, www.icarch.ru

АО «Корпорация развития Архангельской области»

Организация занимается привлечением инвестиций для субъектов малого и среднего предпринимательства Архангельской области, оказывает информационные, консультационные, образовательные и правовые услуги.
163000, г. Архангельск,
ул. Свободы, 23
тел. 8-800-100-7000,
info@krao29.ru, krao29.ru

Портал малого и среднего
предпринимательства
Архангельской области:
www.msp29.ru

Беспроцентные займы частного фонда «Наше будущее»

Помимо государственных программ поддержки малого предпринимательства в России существуют и негосударственные. В них 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 региональных социальных программ «Наше будущее». Это 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. Правда, получить его может не любой проект. Во-первых, проект должен быть не просто бизнес-идеей, а проектом в обла-

сти социально-ориентированного бизнеса. Коротко — это тот бизнес, который не только зарабатывает деньги, но и помогает решать какие-либо социальные проблемы. Во-вторых, необходимо подготовить бизнес-план или описание проекта и победить в конкурсе фонда. Все подробности о работе фонда и социальном предпринимательстве доступны на сайте: www.nb-fund.ru.

В числе проектов-победителей данного конкурса есть и пример организации Центра социального туризма. Центр предлагает гостям 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». У конкурса есть и архангельские примеры, но большинство из них не связано с туризмом (создание рабочих мест для людей с ограниченными возможностями здоровья, расширение и модернизация производства молока и молочных продуктов, создание детского развлекательного центра и пр.).



Фото Е. Мазилова



Фото Е. Мазилова

Отдельно следует сказать, что существует также иная государственная поддержка для непредпринимательской деятельности в сельском туризме. Это поддержка некоммерческих социально ориентированных организаций (СО НКО) и поддержка проектов 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.



Фото Е. Мазилова

«Культурная мозаика малых городов и сел» и Театр берестяных масок в ХМАО

Помимо региональных существуют и всероссийские конкурсы проектов, в которых могут участвовать СО НКО. 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>.

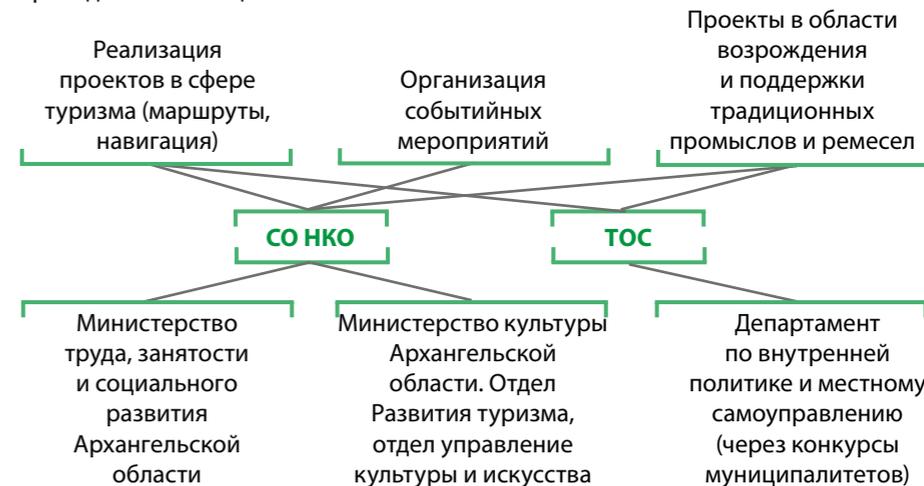
Один из проектов, победителей конкурса в 2015 году — «Театр берестяных масок» в Белоярском районе Ханты-Мансийского автономного округа. Авторы проекта выступили с инициативой возродить традиционное искусство народа ханты — праздник Медвежь и грища. Очень многое в древней культуре ханты уже забыто — даже 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 посетили 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.



Фото К. Кошкина

Учреждения, которые на конкурсной основе финансируют подобную активность, приведены в таблице ниже.



Если у вас есть НКО или вы хотите создать ТОС в вашем населенном пункте, вам надо обратиться в указанные министерства и ведомства, где вы сможете получить конкурсную документацию (форму заявки, положение о конкурсе проектов и сроки его проведения), а также все консультации по данному вопросу.



Поддержку некоммерческих организаций в Архангельской области осуществляет Региональная благотворительная общественная организация «Архангельский Центр социальных технологий «Гарант»: <http://center.ngogarant.ru/> — это ресурсный центр для некоммерческих организаций, благотворительный фонд развития местного сообщества и центр поддержки общественных инициатив граждан.

163000, Архангельск, улица Попова, дом 18 (левый подъезд, 4 этаж). Телефон/факс: +7 (8182) 20-65-10

Некоторые направления деятельности и проекты (для ТОСов и некоммерческих организаций), для выполнения которых возможно привлечение дополнительных средств:

- Создание и реконструкция музейных экспозиций, восстановление и воссоздание традиционных построек, в том числе, на основе частных музеев сельских поселений и местных жителей;
- Обустройство экотуристических маршрутов и создание инфраструктуры для экологического и сельского туризма;
- Восстановление и сохранение традиционных промыслов местного населения и традиционного образа жизни (в том числе, традиционного рыболовства, водорослевого промысла, сбора, заготовки и переработки недревесных ресурсов леса и пр.);
- Поддержка гражданских инициатив местного населения, в том числе, создание и деятельность ТОСов, сельских общественных советов, инициативы органов местного самоуправления и жителей, направленные на улучшение образа жизни населения, благоустройство населенных пунктов, обучение и активизацию местных жителей, поддержку развития устойчивого малого бизнеса местного населения;

- Проведение фестивалей и иных событийных мероприятий, направленных на экологическое просвещение населения и развитие сельского туризма;
- Восстановление и реконструкция культурных ценностей и культурного ландшафта;
- Обучение (повышение квалификации) активистов из числа местного населения в сфере туризма и малого предпринимательства;
- Патриотические, экологические и образовательные программы и экспедиции с различными целевыми группами (дети, молодежь, пожилые люди, инвалиды).

Привлечение средств из регионального бюджета на вышеуказанные мероприятия и проекты предполагает большую подготовительную работу, а именно:

- Детальное изучение существующих программ предоставления государственных субсидий, тематических конкурсов и прочих инструментов финансовой поддержки НКО, ТОСов и малого бизнеса, реализуемых Правительством Архангельской области;
- Подготовка предложений, написание проектов и подача их в ответственное ведомство в соответствии с принятыми процедурами, если это, например, конкурс. Требования и правила подачи обычно размещаются на сайтах финансирующих ведомств;
- Желательно участие в семинарах, конференциях и иных подобных мероприятиях, проводимых региональными органами власти Архангельской области для формирования партнерских связей и получения своевременной информации о возможностях по привлечению дополнительного финансирования «из первых уст»;
- В случае получения поддержки — выполнение проектов и подготовка качественных смысловых и финансовых отчетов.



 **Бизнес-план** — это план (программа) ваших действий, содержащий сведения о предпринимателе, товаре или услугах, их производстве, рынках сбыта, ценах, маркетинге и эффективности.

 **Планирование бизнеса** — это 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, ИЛИ КАК НАПИСАТЬ «ПРОЕКТ» ВАШЕГО НАЧИНАНИЯ

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.

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 Онежский полуостров, в поселке N;*
- *нехватка предложений в сфере организации досуга для туристов;*
- *недостаточное количество 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 о запросах и интересах 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.



Так может выглядеть начало SWOT-анализа вашего проекта:

Внутренние факторы	Внешние факторы
<p>Сильные стороны</p> <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, промысла; др. 	<p>Возможности</p> <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.
<p>Слабые стороны</p> <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. 	<p>Угрозы (риски)</p> <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.

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. (семьи, дети, любители активного отдыха, рыбаки, другое) и что они получают в ходе реализации вашего дела.

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 и 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 подробно:

- определяется перечень работ и их очередность;
- прописывается, как будут выполняться эти работы — краткое описание процесса работы;
- кто будет выполнять работы (названия ИП, ООО, эксперты, сами, семья, местные жители, сколько человек);
- сроки 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.

Шаг 11. Финансирование проекта.

В этом разделе просчитываются:

- смета проекта;
- источники финансирования.



Смета проекта. Определяем и учитываем все необходимое: материалы, оборудование, топливо, ткани, выплаты зарплат, оплата подрядчиков, транспортные расходы, аренда техники, оборудования, налоги, банковское обслуживание и т.д.

В результате получаем общую стоимость проекта.

№	Наименование расходов	Единица измерения	Кол-во	Сумма, руб.
1	2	3	4	5
ИТОГО:				

Источники финансирования проекта:

- должны покрывать расходы по проекту;
- должны включать собственные средства (материальные и денежные вложения, волонтерский труд и т. д.);
- привлеченные (иные) средства: частные, спонсорские, благотворительные и иные;
- должны соответствовать нормативным документам, если выделяются бюджетные средства на проект.

Шаг 12. Исполнение, контроль и завершение проекта. Исполнение проекта. Главным при исполнении проекта становится эффективное достижение намеченных целей. Это означает, что практические шаги согласно утвержденному плану должны обеспечить достижение в установленные сроки качественных результатов за счет имеющихся ресурсов.

Контроль необходим для отслеживания правильности выполнения работ, а также для своевременного обнаружения возможных проблем и отклонений. В ходе контроля проводится проверка результата на степень его соответствия плановым показателям.

Завершение проекта включает в себя процедуры по составлению итоговых отчетов (при необходимости), проведение окончательных взаиморасчетов. Главная часть успешного завершения проекта — готовый продукт, услуга и начало их продаж тому пользователю, которому они предназначались.

Шаг 13. Оценка проекта. Критериями оценки проекта обычно выступают:

- актуальность и значимость (для вас лично и для территории в целом);
- эффективность — соотношение затрат и планируемых результатов, рентабельность затрат, полученная прибыль;
- наличие и размер собственных и /или привлеченных средств и ресурсов;
- наличие конкретных и значимых результатов (например, создание X рабочих мест; обучение народному ремеслу X человек из местных жителей; подготовка гидов-экскурсоводов из числа X детей и школьников);
- устойчивость проекта, возможность продолжения деятельности, привлечение туристов в поселок, продажи, вложение средств в оборот 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 деятельности не только начинающему предпринимателю, но и может быть использован неоднократно далее, при создании любого нового продукта, новой услуги, 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 получил финансовую поддержку и был реализован в течение 2017 года. Но этой поддержки не было бы, 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 очень детально расписанные 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 также детально. Определено необходимое количество строительных материалов 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.



Фото Е. Мазиллов

Показатели эффективности проекта:

1. количество посетителей праздничных мероприятий в клубе увеличилось 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.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ



Это методическое пособие стало возможным благодаря инициативе ФГБУ «Национальный парк «Кенозерский». Парк вместе с жителями Плесецкого и Каргопольского районов уже много лет развивает сельский туризм на своей территории. За эти годы открылись десятки уютных гостевых домов, появились свои фольклорные коллективы, успешно работает Школа юного экскурсовода, в рамках которой сельские дети профессионально проводят экскурсии по экологическим тропам и музейным экспозициям, возрождены народные праздники (Иванов день, Петров день, Успенская ярмарка и другие). Здесь кипит бурная, богатая событиями жизнь, интересная как самим местным жителям, так и туристам. Постепенно устанавливается взаимодействие и с жителями деревень, граничащих с национальным парком «Онежское Поморье», что открывает для этой территории прекрасные перспективы.

Конечно, участвовать в развитии сельского туризма, проживая на федеральной ООПТ или вблизи нее, намного проще, так как рядом есть сильный партнер, также заинтересованный в устойчивом развитии территории. Однако в Архангельской области сегодня существуют замечательные примеры развития этого вида деятельности и без ООПТ. Такой опыт накоплен, к примеру, в Пинежском районе, в Устьянах, в Шенкурском районе и т.п. Где-то все начиналось с инициативы отдельных активных предпринимателей, где-то — с подачи небезразличной местной власти или общественного объединения. Бывает, что сельским туризмом начинают зани-

маться выходцы из городов, решившие начать новую страницу жизни в деревне. Не стоит этого бояться или сторониться: им понятнее, чего хотят потенциальные туристы, ведь совсем недавно они были горожанами. В любом случае, постепенно в сельский туризм включается все больше неравнодушных и творческих людей из разных районов Архангельской области, что только усиливает это явление.

Заниматься сельским туризмом интересно, а начинать не поздно никогда. Очень часто люди приходят к этому виду деятельности уже ближе к пенсионному возрасту, и это вполне может стать как вашим дополнительным доходом (или даже полноценным бизнесом), так и хобби.

В последние годы выходит все больше полезной литературы по теме развития сельского туризма, в т.ч. и в Архангельской области. В конце 2017 года по инициативе отдела развития туризма Министерства культуры Архангельской области издан информационно-методический сборник «Лучшие практики развития сельского туризма на территории Архангельской области».

Обязательно изучайте доступные материалы, делитесь открытиями с коллегами, соседями, старайтесь работать и развиваться сообща и не бойтесь конкуренции. Любое объединение, создание комплексного турпродукта делает вас сильнее и конкурентоспособнее. Развивайтесь, пробуйте и любите людей — и все обязательно получится!



ПРИЛОЖЕНИЯ

фото Ю. Ломакова

Приложение 1. Памятка для владельца гостевого дома

Последовательность действий по подготовке к приему туристов в гостевом доме:

1. Зарегистрировать предпринимательскую деятельность по виду «Предоставление мест для временного (краткосрочного) проживания».
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». Этот ГОСТ не является обязательным, но рекомендуется к применению.
11. Наладить работу своего гостевого дома в соответствии с рекомендательными требованиями данного ГОСТа, а также других официальных нормативных документов, указанных в главе «Гостевые дома».



Приложение 2. Правила личной безопасности

1. Купаться только в безопасных местах, не нырять с берега. Купаться рекомендуется не дальше 3-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.
 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 желательнее 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 ползать 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



Приложение 3. 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.
- 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!



Приложение 4. Полезные советы хозяину гостевого дома

- Не стесняйтесь! Гордитесь своим домом, старым амбаром, кроликами, курами, деревянным крылечком, котом, греющим 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.
- 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, то 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 целости свое имущество или, например, ощущать психологический комфорт во время отдыха.
- Если разобраться, многие из них предпочли бы быть гостями у хозяев, которые гарантировали бы все это. Другими словами — у профессиональных хозяев.
- 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 гостей, вы можете устроить для них экскурсии, пикники, рыбалки и другое собственными силами и силами членов вашей семьи. Если рядом есть музей или музей-заповедник, или природоохранная территория, в которых разрабатываются туристские программы, то вам повезло — можно пробовать налаживать сотрудничество.
- Попытаться быть профессиональным хозяином — не так сложно. Быть хорошим и успешным хозяином — требует труда, затрат и определенного таланта.



Приложение 5. 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», за-
ключили договор о нижеследующем:

1. Предмет договора

Прием, размещение, обслуживание гостей
_____ района в доме принимающей стороны,
в населенном пункте _____ района для само-
стоятельного отдыха.

2. Обязанности сторон

2.1. Принимающая сторона обязуется:
– в дни заездов встретить гостей по договоренности _____, проводить их до места отдыха и об-
ратно по окончании отдыха _____ (на автобу-
се, 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 меди-
цинской помощи: вызов скорой медицинской помощи, ор-
ганизация доставки до медицинского учреждения и т.п.;
– проинструктировать о правилах техники безопасно-
сти и поведения в чрезвычайных ситуациях во время са-
мостоятельных 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



Приложение 6. 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. Предлагать дополнительную информацию о местной продукции или ремеслах, о культурных достопримечательностях, интересных личностях, 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 — тури-

сты, 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 старой 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 меди-

цинской 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, сердццебиение), 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 грядки, сбор огурцов, прополка грядок)
- работав 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 украшают и всю сельскую улицу. Значительную роль в этом играют малые 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.



Приложение 6. 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.



Приложение 8. 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):

- 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.
- 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.
- www.tripadvisor.ru — международный сайт бронирования проживания с возможностью оставлять отзывы и оценивать объекты. Помимо жилья здесь много информации о пунктах питания, есть и экскурсии, и достопримечательности.

Российские:

- www.101hotels.ru — бронирование отелей, включая мини-отели и гостевые дома, по России.
- www.vashotel.ru — бронирование отелей по России и им подобные.

2. Каталоги объектов и проектов сельского туризма:

- 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.
- www.agritourism.ru — каталог объектов размещения и маршрутов сельского туризма на сайте «АгроТуризм Ассоциации» (Москва).
- 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:

- www.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.

- www.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.
- www.strana.ru – путеводитель по всей России с каталогами гостиниц, гостевых домов, кафе, маршрутов и готовых туров по регионам России.
- www.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:

- www.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 Архангельской области:

- www.pomorland.travel/ — официальный туристический портал (туристско-информационный центр, ТИЦ) Архангельской области. На



фото К. Коношкина

сайте в соответствующих разделах можно разместить информацию о местах проживания, питания, маршрутах и событиях. Сделать это можно, пообщавшись со специалистами регионального ТИЦ.

- Сайты или группы в соцсетях туристско-информационных центров отдельных районов Архангельской области, например, Вельского (vk.com/club134102964), Каргопольского (www.kargopolitic.ru/), Устьянского (www.ustyanu.com/), ТИЦ Коношской центральной районной библиотеки (www.konlib.ru/tourism/) и др. Полный список ТИЦ по районам приведен по ссылке: www.pomorland.travel/contacts/
- Частные объединения, ассоциации, работающие в сфере сельского туризма, например, в Шенкурском районе (www.shenkur.ru)
- Сайты районных администраций часто содержат информацию об объектах и маршрутах туризма, а также с радостью примут у вас новости о ваших событийных мероприятиях.
- Сайты ООПТ Архангельской области, в первую очередь, Кенозерского национального парка (www.kenozero.ru), национального парка «Онежское поморье» (www.opnomo.ru) могут разместить информацию о ваших гостевых домах, маршрутах и пр., если последние покажутся интересными специалистам ООПТ.
- Размещение вашей информации также может быть возможно на сайте районных краеведческих музеев, библиотек и иных учреждений близкой тематики, расположенных в вашей местности.



Список литературы

1. Ресурс nalog.ru.
2. Национальный стандарт ГОСТ Р 56641-2015 «Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования».
3. 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).

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ: пособие для начинающих предпринимателей

МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

Ответственный редактор: А.В. Иванова
Авторы: И. В. Лебедева, С. Л. Копылова, А.В. Иванова
Архангельск, 2018

Отпечатано в типографии «Вива-стар»
Москва, ул. Электrozаводская, 20
Тел. 8(495) 780-6706

Подписано в печать 24.04.2018. Формат 70×100/16.
Бумага мелованная. Ус. печатных листов – 5.
Тираж 300 экз. Заказ №237028.