

ФГУ «Российский центр
сельскохозяйственного консультирования»

Г.М. Демишкевич, И.М. Карпова, Ж.В. Животова

**Организация сельского туризма
на базе крестьянского (фермерского)
и личного подсобного хозяйства
(Методические рекомендации)**

Москва 2008

УДК 338. 48 (470)

Рецензенты: Савенко В.Г.- доктор экономических наук

Колчинский Ю.Л.–доктор экономических наук, профессор

Демишкевич Г.М., Карпова И.М., Животова Ж.В. **Организация сельского туризма на базе крестьянского (фермерского) и личного подсобного хозяйства (Методические рекомендации).** –М.: ФГУ РЦСК, 2008, -64 с.

ISBN 978-5-91536-003-6

Методические рекомендации раскрывают основные аспекты организации сельского туризма на базе крестьянского (фермерского) и личного подсобного хозяйства: потенциал для развития сельского туризма, обустройство сельской усадьбы, оказание основных и дополнительных услуг, обеспечение безопасности пребывания туристов. Уделено внимание вопросам бизнес-планирования маркетинга, ценообразования услуг по сельскому туризму, налогообложению этого вида деятельности. Приведены основные направления государственной поддержки и информационно-консультационного обслуживания при организации сельского туризма.

Представленные методические рекомендации предназначены для крестьянских фермерских хозяйств, владельцев личных подсобных хозяйств и дачных участков. Они также могут быть использованы специалистами государственных и муниципальных органов управления и информационно-консультационных центров, преподавателями образовательных учреждений.

Одобрено Научно-техническим советом ФГУ «Российский центр сельскохозяйственного консультирования», протокол № 5 от 12.05.2008 г.

Редактор Павлюкова Н.А.

Компьютерная верстка и дизайн обложки Шашлова Н.М.

ISBN 978-5-91536-003-6

УДК 338. 48 (470)

© ФГУ РЦСК, 2008

© Демишкевич Г.М., Карпова И.М.,
Животова Ж.В., 2008

Оглавление

Введение	4
1.Выявление потенциала для развития сельского туризма	5
1.1. Физические и эмоциональные возможности	5
1.2. Оценка привлекательности местности	6
1.3. Наличие инфраструктуры и развитие сельского хозяйства	7
2.Обустройство сельской усадьбы	10
2.1 Требования к обустройству дома	10
2.2. Благоустройство территории	14
3.Услуги сельского туризма	17
3.1.Основные услуги	17
3.2. Дополнительные услуги	21
4. Обеспечение безопасности пребывания туристов	26
5. Планирование и прогнозирование деятельности по развитию бизнеса	29
6. Маркетинг и планирование услуг сельского туризма	36
6.1 Изучение спроса на услуги сельского туризма, Определение потенциальных клиентов.	37
6.2. Изучение рынка предложений	39
6.3. Стимулирование покупки услуг. Организация рекламы	39
7. Ценообразование туристских услуг	43
8. Юридическое оформление и налогообложение деятельности по оказанию услуг сельского туризма	44
9. Государственная поддержка развития малого бизнеса	48
10. Информационно-консультационное обслуживание организации сельского туризма.	53
Заключение	55
Список использованной литературы	56
Приложения.	58

Введение

Россия располагает значительным потенциалом для развития сельского туризма: большая территория с разнообразной природой, заповедники, национальные парки. Наряду с природными ресурсами, богатейшим и практически неисчерпаемым резервом для привлечения туристов является культурное многообразие. Это традиционные сельские поселения и жилища, национальная одежда и кухня. Это и культура местности, «в деревенской глубинке» сохраняются в уникальном первозданном виде народные сказки, песни, танцы, произведения декоративно-прикладного искусства и архитектуры. С этой точки зрения сельский туризм привлекателен, позволяет познакомиться с особенностями жизни народа, представляет большой познавательный и художественный интерес.

Основными направлениями развития сельского туризма являются:

- создание туристских деревень на основе существующих сельских поселений с традиционной народной деревянной архитектурой, расположенных в живописной местности;
- организация «сельских» туров с проживанием и питанием туристов в деревенском (фермерском) доме, знакомством с традиционным сельским бытом, ремеслами;
- сдача в наем домов и комнат в сельской местности в экологически чистых природных районах.

Проведенные опросы свидетельствуют о высокой заинтересованности на селе в развитии сельского туризма, как дополнительного источника дохода. Для сельских жителей - это возможность улучшить свое жилище и хозяйство. Для местных властей - это приток дополнительных средств, да и развитие инфраструктуры не заставит себя ждать – чтобы обеспечить комфортное пребывание туристов, нужно облагораживать не только усадьбу, но и прилегающую к ней территорию.

Для развития сельского туризма должны быть созданы экономические и организационные предпосылки. Самостоятельная

работа сельских жителей не будет иметь успеха, если они не будут обучены и включены в туристскую систему региона, где высококвалифицированные менеджеры централизованно решат многие проблемы. Для продвижения сельского туризма нужен комплексный подход, должно быть желание местных органов власти развивать это движение, эффективно использовать имеющийся жилой фонд.

Одним из направлений деятельности ФГУ «Российский центр сельскохозяйственного консультирования» является организация альтернативных видов занятости на селе, в том числе развитие сельского туризма. Специалисты центра изучили опыт организации сельского туризма в Вологодской, Московской и Ярославской областях, Красноярском крае, республиках Алтай и Чувашия, в Латвии и Германии. На базе крестьянского хозяйства, расположенного в Сергиево-Посадском районе Московской области, организован демонстрационный объект по сельскому туризму, проводятся семинары и конференции по этому направлению. На основании изученного опыта подготовлены данные методические рекомендации, которые помогут начинающим фермерам и владельцам личных подсобных хозяйств заняться приемом туристов на своей усадьбе.

1. Выявление потенциала для развития сельского туризма

Для формирования полноценного комплекса услуг в сфере сельского туризма необходимо произвести оценку собственного потенциала. В этом крестьянам могут помочь сотрудники информационно-консультационных центров и специалисты органов местного самоуправления.

1.1. Физические и эмоциональные возможности

Прием гостей весьма трудоемкий и эмоционально напряженный труд, в котором принимают участие все члены семьи. Поэтому, прежде чем принять решение заняться данным видом бизнеса, выясните мнение

всех членов семьи, чтобы впоследствии избежать серьезных проблем, которые могут отрицательно отразиться не только на благополучии семьи, но и на качестве предоставляемых услуг.

Прием гостей изменит привычный уклад жизни, так как обслуживание гостей требует определенных временных затрат, которые будут сокращать время, уделяемое семье. Чтобы удовлетворить желания гостей, Вам, как принимающей стороне, придется одновременно быть персоналом гостиницы, поваром, официантом и массовиком - затейником, т.е. играть несколько ролей одновременно.

Качества, которыми необходимо обладать хозяину гостевого дома:

- *гостеприимство* – искусство дать почувствовать людям, что им рады;

- *внимательность* – по принципу: что мы можем еще сделать для Вас;

- *доброжелательность* – во всех ваших действиях при обслуживании гостя должно чувствоваться доброе отношение к нему;

- *терпение и сдержанность* – всегда необходимо сдерживать свои эмоции и разговаривать с гостями спокойным тоном;

- *дипломатичность* – в случае возникновения конфликтов необходимо уладить их не принимая ничью сторону;

- *обладать талантом к импровизации* - в случае появления скуки у гостя необходимо предложить ему на выбор различные варианты развлечения.

1.2. Оценка привлекательности местности

Оценка природного, культурного и исторического потенциала окрестностей позволяет определить целесообразность развития сельского туризма на данной территории. Если место отдыха не привлекательно для туристов, то затраты по организации гостевого дома не окупятся.

Прежде всего, сельский туризм привлекает гостей своей возможностью отдохнуть на природе. Благоприятная экологическая обстановка, наличие водных объектов (реки, озера, пруды, родники, водопады), лесные массивы, богатые ягодами, грибами, цветами и красивыми растениями, горы с наличием ущелий, причудливых скал,

мест для занятия горнолыжным, велосипедным и другими видами спорта – все это привлечет туристов.

Немаловажным является климат. Необходимо оценить в какое время года услуги сельского туризма будут наиболее популярными.

Для выявления привлекательности местности для любителей поохотиться или половить рыбу необходимо выяснить численность поголовья охотничье-промысловых видов животных, правила охоты, наличие рыбных ресурсов, возможности и затраты на зарыбление прудов.

Оценка экологического состояния территории включает информацию о сбросах загрязняющих веществ, качестве воды, воздуха, уровне радиации.

Необходимо также оценить возможности улучшения экологической обстановки и благоустройства территории, организации подходов и подъездов к местам привлекательных природных объектов.

Для комплексной оценки историко-культурного потенциала территории собирается информация об историко-архитектурных объектах (музеях, монастырях, церквях, архитектурных ансамблях, монументах и т.д.) и памятниках археологии на территории, выявляется их количество, дата создания, значимость, современное состояние и использование, посещаемость.

Кроме этого, полезно знать о времени проведения ежегодных праздников, заполняемости местных гостиниц и продолжительности туристского сезона, изучить программы пребывания туристов и их состав (группы, индивидуалы, молодежь, семьи).

1.3. Наличие инфраструктуры и развитие сельского хозяйства

Для развития сельского туризма не достаточно одного желания фермеров или владельцев ЛПХ принимать гостей на своей усадьбе. Желающие поехать на отдых в сельскую местность появятся, если для них будет создана необходимая инфраструктура и благоприятные условия пребывания. Чтобы создать эти условия необходимо, чтобы результативно функционировал сервисный комплекс, включающий как

минимум 12 подотраслей - это предприятия и организации питания, транспорта, торговли, связи, здравоохранения и др. Практика показывает, что для обслуживания одного туриста на стационарном маршруте требуются как минимум три рабочих места.

Развитие инфраструктуры - это вопрос, прежде всего, государственный. За счет бюджета следует решать такие вопросы как строительство и развитие сети дорог, аэропортов, энергетики, для чего требуются получение дополнительных разрешений - на подключение к сетям энергоснабжения, водоснабжения, канализации и т.д. Когда дело касается обустройства мест купания - необходимо строительство очистных сооружений, берегоукрепление, в горах требуются противооползневые работы, противолавинные системы. Все это инфраструктура, и ее развитие - это общегосударственная задача. Индивидуальные предприниматели, тем более главы крестьянских хозяйств или владельцы ЛПХ решать такие вопросы не могут и не должны. Их необходимо решать в рамках целевых программ. Однако предприниматели должны оценить возможности инфраструктуры, выяснить перспективы ее развития для принятия решения заниматься сельским туризмом.

Сельское хозяйство является основой сельского туризма, поскольку оказывает существенное влияние на формирование сельского культурного наследия. Именно сельскохозяйственное производство в основном формирует сельский ландшафт, где сочетаются различные виды производства, предприятий, поселений и архитектурных сооружений (деревни, хутора, фермы, изгороди, террасы, пруды, мельницы...). Все это многообразие представляет собой историческое и культурное наследие сельской местности и нуждается в сохранении. Сельскому хозяйству мы обязаны также обширным этнологическим наследием, используемым в сельском туризме: сельскохозяйственные орудия и машины, ремесленные профессии и мастерские, кузницы, карьеры, запруды, самобытная архитектура и фольклор, разнообразная народная кухня, не говоря о богатстве человеческого потенциала. В свою очередь развитие сельского туризма положительно сказывается на

состоянии самого сельского хозяйства, увеличивая потребление его продукции. Сельский туризм является одним из редких видов деятельности, позволяющий комбинировать различные производственные аспекты увеличивая получаемую прибыль сельскохозяйственного предприятия за счет прямой реализации натуральной аграрной продукции туристам (цены в два-три раза выше оптовых) и лучшего использования имеющейся недвижимости (организация кафе, банкетных залов и т.п.).

Таким образом, наиболее перспективным для развития сельского туризма будет местность, к которой проложена дорога с твердым покрытием, достаточно близкая от уникальных историко-культурных, религиозных и природных (особенно водных) объектов. При этом должен быть учтен немаловажный экологический фактор, то есть антропогенная нагрузка на этой территории должна быть как можно меньше.

Оценив свои физические и эмоциональные возможности и изучив привлекательность местности для туристов, наличие необходимой инфраструктуры, нужно принять решение о целесообразности открытия гостевого дома. Если Вы решили заняться сельским туризмом для этого необходимо:

- обустроить дом и прилегающую территорию;
- продумать вопрос о питании туристов;
- организовать досуг туристов;
- продумать вопрос о юридическом оформлении своей деятельности;
- оценить предстоящий объем первоочередных работ, затраты и выгоды, при необходимости изыскать источники первоначального финансирования;
- донести информацию до потребителя.

2. Обустройство сельской усадьбы

Сельская усадьба формируется в зависимости от социально-бытовых факторов, природно-климатических условий, национальных особенностей. Многообразны функции современной сельской усадьбы: она призвана организовать отдых, питание, бытовые процессы сельских тружеников и членов их семей, создать полноценные условия для ведения личного подсобного хозяйства. Она включает в себя жилой дом, надворные постройки и земельный участок.

Дом для организации приема гостей и прилегающий к нему земельный участок должны быть аккуратными и зрительно привлекательными, а также соответствовать нормам безопасности. Главным требованием к обустройству земельного участка и дома для приема гостей является их приспособленность для полноценного отдыха. При взгляде на дом и участок важно, чтобы они хорошо вписывались в окружающий ландшафт и облик деревни, что создает ощущение уюта и атмосферы отдыха у гостя.

Коренные изменения в обустройстве и озеленение потребуют значительных затрат средств, времени, которые не всегда можно найти. Поэтому главным в действиях хозяина может быть приведение в порядок того, что он имеет. В границах своих возможностей нужно сделать работы, направленные на обеспечение художественно - эстетического оформления построек, благоустройство и инженерное обустройство жилого дома, соответствующее оформление интерьера жилых помещений.

2.1. Требования к обустройству дома

Дом на одну семью для сельской местности был и остается основным типом жилища, обеспечивающим удобство ведения усадебного хозяйства, изолированность, возможность организации развитых подсобных помещений и хозяйственных построек.

Продуманная и тщательная наружная отделка придает дому привлекательный и законченный вид и повышает его эксплуатационные

качества. Здесь можно использовать резные деревянные ставни, карнизы и фронтоны.

Для приема туристов прежде всего необходимо решить проблемы водоснабжения, канализации, отопления.

Как правило, жилой дом состоит из двух основных частей — жилой и подсобной. В жилую часть входят общая комната, столовая, спальни. Подсобную часть составляют кухня, санитарный узел, передняя, хозяйственные кладовые, шкафы. В составе сельского жилого дома могут также быть хозяйственная комната, постирочно-моечная, котельная, гараж и другие помещения. При обозначении функций отдельных помещений жилого дома и их меблировки следует учитывать, как они будут использованы для расселения гостей.

Основные требования к комнатам, которые предназначены для спален — это удобство, тишина и санитарно-гигиенические условия.

В спальнях оборудуют не только зону для сна, но и место для хранения личных вещей и белья, рабочее место. При этом свободная площадь спальни почти не уменьшается, так как письменный стол обычно располагают у окна, а эту площадь редко используют для расстановки спальной мебели. В спальне может быть мебель передвижная, встроенная или трансформируемая. Основная мебель: кровать или диван-кровать, легкие матрасы, положенные на деревянную или металлическую раму, письменный стол, гардероб или встроенный шкаф, стол, зеркало, туалетный столик. Если в спальне находится маленький ребенок, то место для него должно быть хорошо освещено и легко доступно.

При оборудовании детской комнаты следует предусмотреть наилучшие условия для сна, работы, отдыха, игр детей. Детская мебель должна отличаться от обычной не столько габаритами, сколько внешним видом, большей степенью трансформации. Мебель в детских комнатах должна занимать как можно меньше места. Большой интерес в связи с этим представляют компактные двухъярусные кровати, в которых верхняя койка может располагаться над нижней частично или полностью. Примеры оборудования детских комнат приведены на рисунке 1.

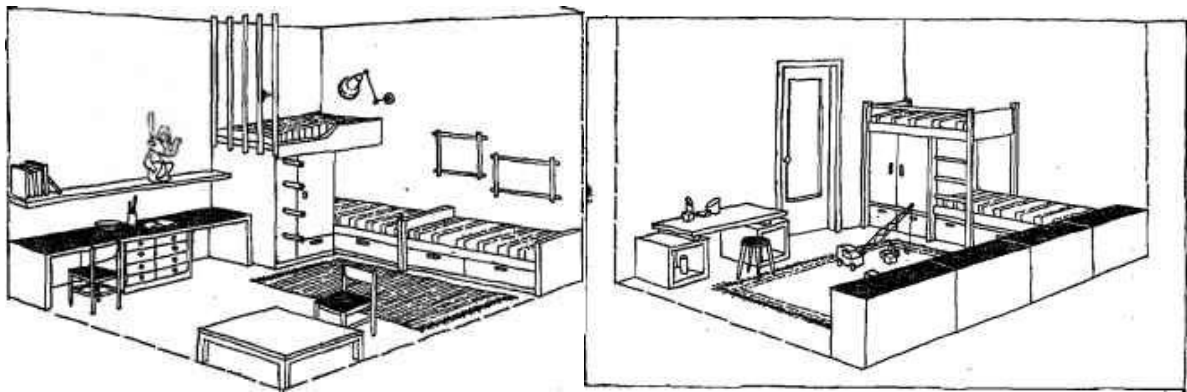


Рис. 1. Примеры оборудования детских комнат

Для комфортности и удобства комнаты для проживания желательно отделать натуральными материалами (деревом) или побелить, покрасить, оклеить обоями. В помещениях, ориентированных на юг, желательно использовать материалы неярких холодных (голубых, зеленых) оттенков, а на север – теплых (оранжевых, лимонных, желтых).

Цвет стен, потолка и фактура ткани, освещение и озеленение помещений по-разному оказывают влияние на самочувствие человека – бодрят или гнетут. Красивый интерьер вызывает у человека чувство эстетического наслаждения. В украшении комнат жилого дома желательно использовать предметы народного творчества: вышитые скатерти, подушки, полотенца, домотканые половики, изделия из дерева, металла или шкуры.

Общая комната — это наибольшее по площади жилое помещение. В ней можно выделить две функциональные зоны: отдыха и обеденную. В зоне отдыха размещают тахту (диван), кресла, журнальный столик, телевизор, радиоаппаратуру, шкаф или полки для книг. В обеденной зоне ставят стол, стулья, сервант. Эту зону располагают ближе к двери, ведущей в кухню, что сокращает переходы при подаче готовых блюд на стол, уборке посуды и т. д.(рис.2).

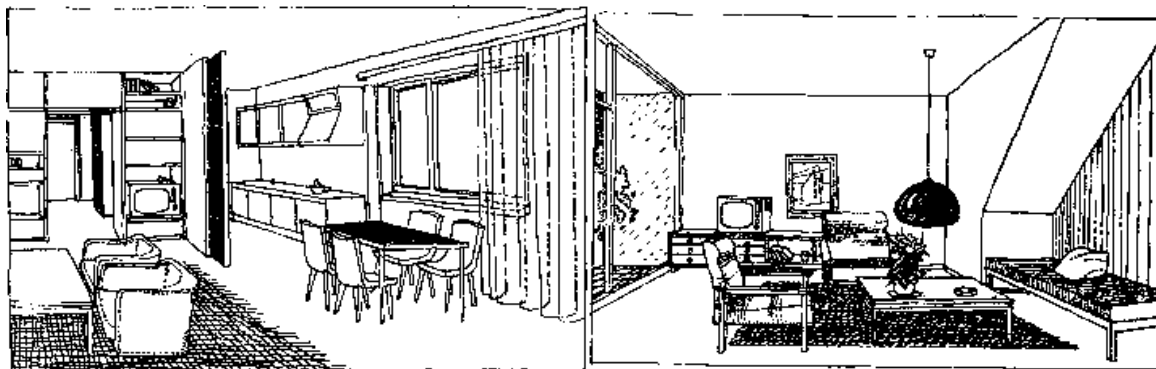


Рис. 2. Примеры выделения функциональных зон общей комнаты

Очень привлекательным будет устройство в общей комнате камина, который является традиционным в сельском доме. По своим теплотехническим качествам камин не заменяет отопительную печь и в большинстве случаев выступает в роли очага открытого огня, создавая дополнительный комфорт в жилом помещении.

Гигиена и комфорт сельского жилья во многом зависит от планирования и благоустройства санитарного узла. В домах с наличием воды и канализации, санузлы желательно размещать возле кухни или в глубине дома рядом со спальными комнатами. Туалеты, находящиеся вне дома, должны быть чистыми, оборудованными (крышка, держатель с туалетной бумагой, светильник).

В умывальниках, душевых, туалетах, в кухнях стены желательно оклеить плиткой или другими водостойкими материалами, доступными для мытья и дезинфекции.

Все помещения необходимо содержать в чистоте, ежедневно проводить влажную уборку. Смена белья проводится после каждого выезда гостей, но не реже одного раза в неделю.

В комнатах (для проживания, отдыха), кухнях, санузлах желательно иметь форточки, фрамуги, специальные отверстия для проветривания, которые закрываются сетками. Еще лучше, если эти помещения имеют бытовые кондиционеры. Один раз в год, а при необходимости и чаще, проводится осмотр и ремонт отопительной и вентиляционной системы. Полная комфортность помещений в доме

достигается нормальной температурой, достаточно влажным и чистым воздухом, нормальным природным и искусственным освещением, хорошей звукоизоляцией.

Комфортными являются условиями, когда температура помещения устанавливается в $20-22^{\circ}\text{C}$ с относительной влажностью воздуха 40-60%. Суточные колебания температуры воздуха в помещении с печным отоплением не должны превышать $4-6^{\circ}\text{C}$, а с центральным отоплением $2-3^{\circ}\text{C}$.

Важным элементом сельского жилого дома являются веранды, террасы. Они служат, для отдыха, приема пищи, проведения досуга в теплое время года, для хозяйственных целей (обработки продуктов, временного хранения предметов быта). При приеме туристов желательно использовать веранды и террасы для отдыха. Тип летнего помещения определяют с учетом климатических и местных условий. В умеренном климате наиболее целесообразны веранды.

2.2. Благоустройство территории

Территория должна гармонизировать с домом. Впечатление от усадьбы создается при входе на участок, поэтому нужно уделить внимание воротам и ограждению. Лучше если они будут сделаны в соответствии с традициями и обычаями из натуральных материалов. Примеры приведены на рисунках 3 и 4.

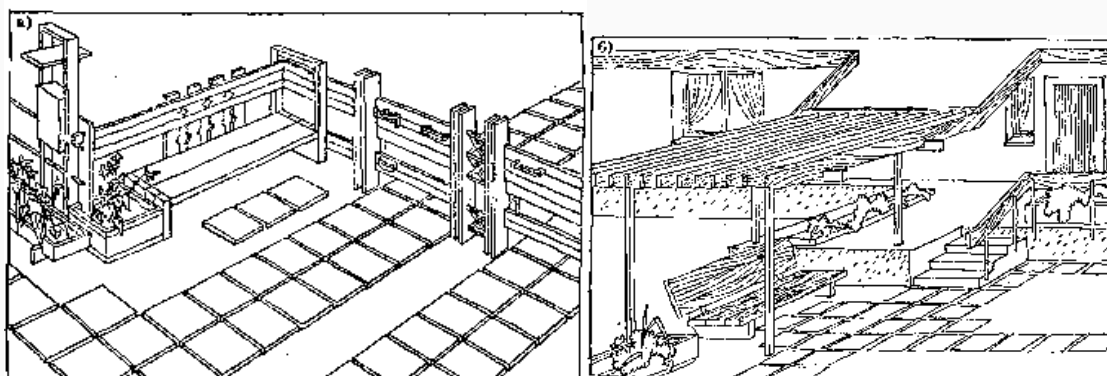


Рис. 3. Примеры организации входов а — на участок; б — в дом

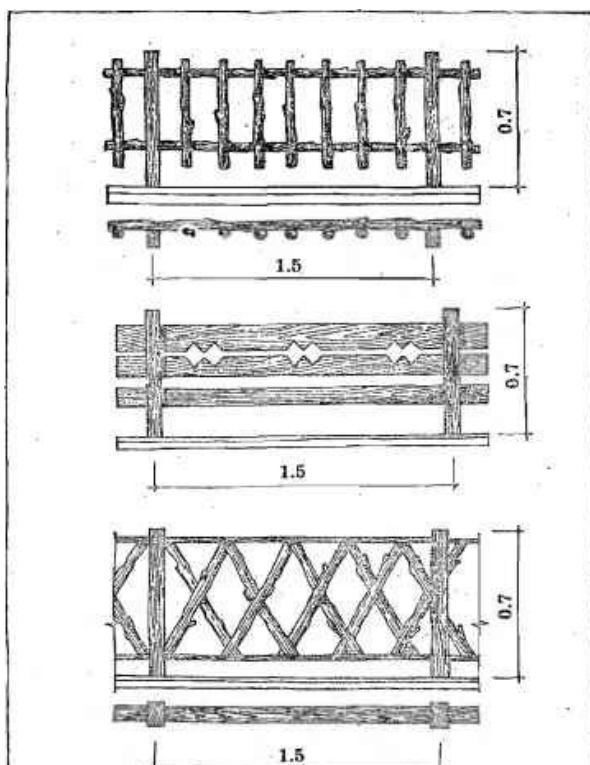


Рис. 4. Примеры изготовления изгороди

Земельный участок, прилегающий к дому, лучше разделить на две зоны - хозяйственную и рекреационную. Хозяйственная зона приспособлена для хозяйственных нужд, на ее территории могут содержаться животные, храниться корм для них, а также располагаться огород. Обе зоны требуется содержать в чистоте. Важно позаботиться о подходе к дому, сделать дорожки, провести освещение, продумать места для стоянки автомобилей.

Рекреационная зона - это место отдыха гостя. В зону входит палисадник перед домом и сад, который обычно используется для игр и отдыха. Палисадник с цветами и декоративными деревьями лучше разбить таким образом, чтобы перед входом в дом образовалась достаточно просторная площадка, где могут играть дети. В саду за домом создайте тихий уголок для отдыха, где можно в тишине провести время, а при желании покушать. В этой части сада неплохо поставить или сделать садовую мебель, повесить гамак, качели, поставить мангал.

Для оформления сада наиболее приемлемым является ландшафтный стиль, который основан на принципе естественных растительных ландшафтов и характеризуется отсутствием

геометрических построений. Основными признаками ландшафтного стиля являются:

- преобладание извилистых тропинок в ландшафтном дизайне;
- неправильная форма водоёмов и площадок, являющихся неотъемлемой частью ландшафтного дизайна;
- свободная группировка деревьев, кустарников и цветов, имитирующая естественное произрастание в природном ландшафте.

Самым высоким примером ландшафтного дизайна в ландшафтном стиле является сама природа. Не будьте слишком прямолинейны в своём желании иметь идеально ухоженный сад. Уход за садом, конечно, обязателен, но кусочек природы, неухоженной, необработанной земли в ландшафтном дизайне Вашего сада будет приятен сам по себе. К тому же заброшенный островок, предусмотренный в дизайн проекте ландшафта сада, участка станет приютом живых существ: птиц, насекомых, ящериц, мелких животных.

Не обязательно иметь в ландшафтном дизайне сада много элементов озеленения - деревья, кустарники, живая изгородь, клумбы, цветы. Важно, чтобы эти элементы благоустройства и озеленения гармонично объединялись в эстетически ценный ансамбль.

В зоне отдыха можно установить скамью, цветники, а также беседку для отдыха. Вторую скамью можно сделать на мощеной площадке, закрыть посадками высоких кустарников и декорировать балюстрадой с 2-х сторон. Дорожки и площадки сопровождаются цветниками из многолетних растений. (Рис.5).

Моделируйте ландшафтный дизайн Вашего сада, участка земли по своему вкусу, познакомившись с основными стилями ландшафтного дизайна и используйте деревенскую утварь. Цветники можно организовать в плетеных корзинах, глиняных кувшинах, деревянных лодках, телегах и т.д.

Элементы ландшафтного дизайна сада складываются из взаимодействия объектов благоустройства и озеленения:

- каменистый склон с прудом или другим водоёмом, окружённый цветами;

- уголок отдыха с беседкой и цветником;
- террасированный японский садик с камнями, отгороженный живой изгородью;
- двухуровневая зона отдыха с подпорной стенкой из натурального камня с цветами.



Рис. 5. Элементы ландшафтного дизайна

3. Услуги сельского туризма

3.1. Основные услуги

Основные услуги, предоставляемые гостям хозяевами гостевых домов – это проживание и питание. Им нужно уделить особое внимание, предусмотреть все необходимое для комфортного и безопасного отдыха.

Проживание. Для предоставления услуг по проживанию нужно стремиться к стандартизации жилья. Существуют следующие требования ГОСТ: комната на одного человека – не менее 12-ти кв.м., а на двоих – 20-ти кв.м. Жилая комната должна иметь запираемую дверь и следующее оборудование:

- мебель (кровать, тумбочка, шкаф, стол, стул);

- плотные занавески или жалюзи, обеспечивающие затемнение помещения;
- потолочные (настенные) и прикроватные светильники, электророзетки с указанием напряжения;
- замки в дверях с внутренним предохранителем.

В доме необходимо предусмотреть:

- наличие связи (телефон, мобильный телефон, рация);
- аварийное освещение (фонари, свечи, аккумуляторы);
- горячее водоснабжение (душ), либо возможность пользоваться баней не реже одного раза в 3 дня.

Кроме спальных комнат в доме желательно иметь следующие помещения:

- санузел с соответствующим оборудованием (светильник, корзина, держатель);
- помещение для питания или самостоятельного приготовления пищи с соответствующим оборудованием;
- помещение (место) для стирки и сушки одежды с оборудованием и инвентарем;
- помещение для отдыха, просмотра телепередач;
- место для хранения личных вещей.

Питание. Вопрос питания гостей необходимо обговаривать отдельно.

Можно предложить несколько вариантов решения проблемы питания:

- в пунктах общественного питания;
- самостоятельное приготовление из привезенных продуктов или из продуктов, купленных у хозяев гостевого дома, либо у местных жителей;
- питание готовят хозяева гостевого дома из своих продуктов или из продуктов, привезенных туристами;
- приготовление традиционных национальных блюд хозяевами гостевого дома.

Очень важный вопрос, которым задаются многие: какие блюда готовить, что подавать на завтрак, обед, ужин, как подавать и т. д.

Однозначный и емкий ответ на данный вопрос дать сложно, так как в зависимости от пристрастий людей и их здоровья меняются и вкусы, но можно определить основные правила организации питания:

- узнайте пожелания и кулинарные пристрастия гостей (возможно у гостя аллергия на определенные продукты);
- предложите гостю попробовать фирменные блюда домашней кухни;
- используйте при приготовлении завтраков, обедов и ужинов натуральные продукты из личного подсобного хозяйства;
- безалкогольные напитки, употребляемые при приеме пищи, лучше включать в стоимость питания;
- при сервировке стола старайтесь меньше использовать пластиковую посуду, а для детей ставьте специальную посуду;
- питание должно быть разнообразным и здоровым: не забывайте о безопасности гостей готовьте только из свежих, хорошо обработанных продуктов и соблюдайте технологию приготовления.

Для организации самостоятельного приготовления пищи необходимо предоставить оборудованную кухню.

В любой кухне сохраняется примерно один и тот же технологический порядок проведения работ: хранение продуктов и кухонных приборов; чистка, мойка и обработка продуктов; тепловая обработка; принятие пищи; мойка и сушка посуды. Каждая операция организуется на специально приспособленном месте, оснащенном соответствующим оборудованием. Указанная выше последовательность операций лежит в основе расстановки элементов оборудования и определяет место их расположения. Рабочий фронт начинается с места хранения продуктов и приборов, включающего холодильник и шкаф. Зона подготовки продуктов совмещается с местом уборки после еды. Сюда входят рабочий стол, мойка, шкафы для хранения посуды и приборов (рис.6).

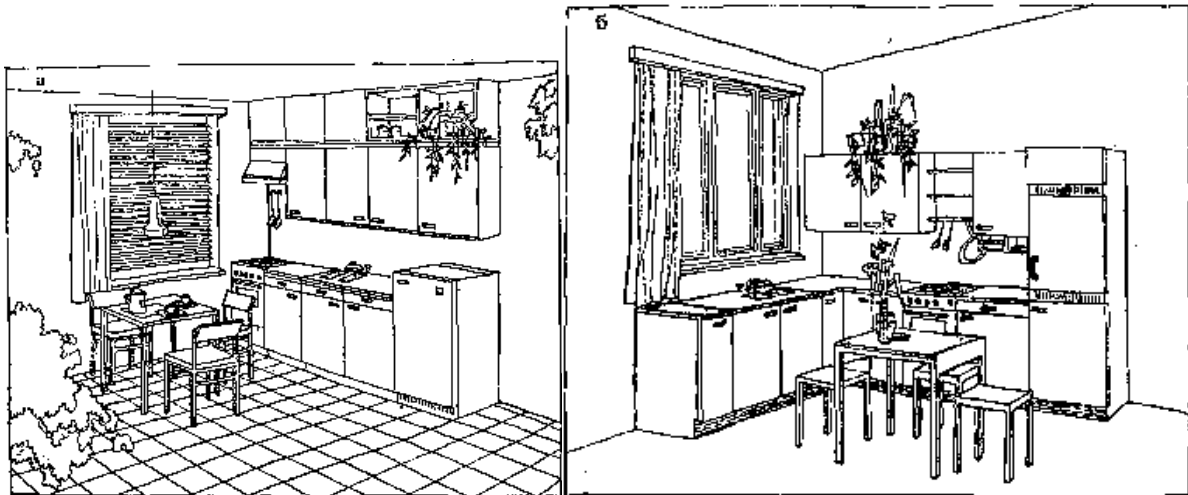


Рис.6. Варианты размещения оборудования кухни

В кухнях шириной не менее 2,1 м и в кухнях с пропорциями, близкими к квадрату, удобно располагать оборудование в два ряда по противоположным сторонам. Оборудование при этом распределяют так, чтобы избежать лишних хождений от одного фронта оборудования к другому. При двухрядном расположении оборудование размещают в следующем порядке: в одном ряду — мойка, рабочий стол, плита, в другом — шкафы для продуктов и посуды, холодильник. Обеденное место предусматривают в торце кухни, у окна (рис. 7).

После использования инвентарь моется моющими средствами, промывается под проточной водой и ошпаривается кипятком, сохраняется в чистом виде. Посуда, инвентарь, особенно изготовленные из полимерных материалов, обязаны использоваться по назначению. Моющие и дезинфицирующие средства хранить в промаркированной закрытой посуде в специальном месте.

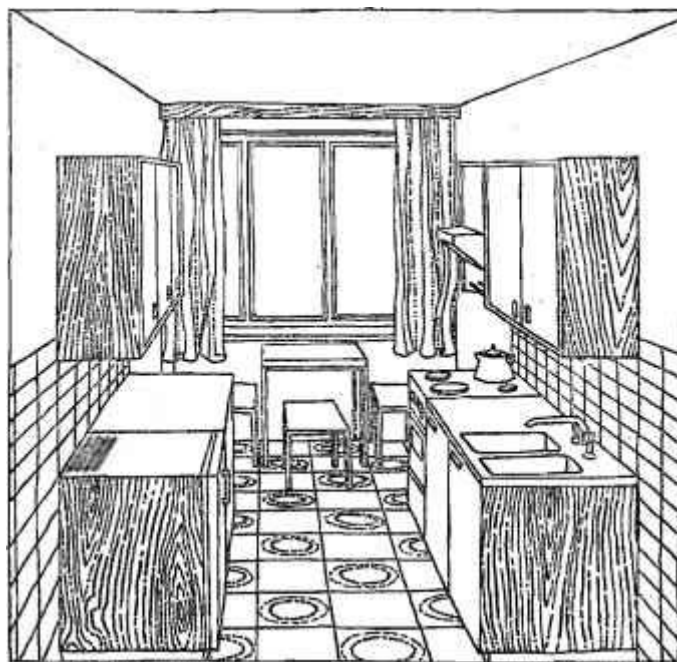


Рис. 7. Двухрядное размещение оборудования кухни

Для приготовления пищи используются экологически чистые продукты, лучше из личного подсобного хозяйства. Если хозяин держит корову, птицу, то обязательно должна быть справка, выданная врачом специалистом.

На кухне не допускается наличие мух, тараканов, грызунов.

3.2. Дополнительные услуги

Нахождение на усадьбе в качестве туристов будет намного интересней и приятней, если хозяева смогут организовать активный отдых, организацию досуговых программ или (и) оздоровление.

Организация активного отдыха

В зависимости от желания гостей и целей их приезда, а также возможностей принимающей стороны могут быть предложены следующие виды активного отдыха:

- организация охоты, рыбалки;
- сбор грибов, ягод, лекарственных трав;
- походы и прогулки в лес;
- экскурсии по достопримечательностям местности;
- спортивные игры;

- аренда спортивного, рыболовного, охотничьего инвентаря;
- обучение верховой езде.

Если городские жители приезжают, чтобы заняться рыбалкой, понадобятся рыболовные снасти и охотничье снаряжение, услуги проводника к местам рыбной ловли. После рыбалки им можно предоставить возможность приготовить улов. По заказу посетителей выловленную рыбу можно закоптить и упаковать в вакууме, чтобы привезти домой.

Многих интересуют походы за грибами и ягодами. Если туристы захотят сделать заготовки впрок, то им нужно предоставить условия для варения, соления, сушки, доставки продукции.

Объекты сельского туризма могут специализироваться на активных видах отдыха, связанных с занятием спортом. Они преимущественно приспособлены для прогулок на лошадях, путешествий на байдарке, занятий плаванием, велоспортом, теннисом, зимой – катаний на лыжах и коньках.

Этот вид туризма интересен:

- молодым компаниям, выезжающим на кратковременный отдых в кругу друзей;
- группам людей, связанных общим интересом в сфере самосовершенствования и оздоровления.

Такие усадьбы должны быть обеспечены туристским и спортивным инвентарем на прокат, содержать лошадей, иметь опытных инструкторов и сопровождающих.

Туристам будет интересна организация приключенческих маршрутов с осмотром местных достопримечательностей, связанных с историей, архитектурой, природными объектами. Для этого необходимо разработать программы и маршруты, предусмотреть обеспечение транспортом. Для пеших и лодочных походов (возможно двух-, трехдневных с палатками) понадобится специальное оборудование.

Походы интересны любителям понаблюдать за редкими видами животных и птиц. Опытные инструкторы могут организовать

наблюдение с биноклями. Хозяева сами должны хорошо знать интересные объекты, уметь рассказать о них или доставить туристов к месту, провести экскурсию.

Некоторые фермеры выращивают диких и редких животных и необычные растения, тем самым привлекают любителей экзотики. Так, нередко выращивают норок, страусов и оленей, даже содержат мини-зоопарки.

Досуговые программы

Очень важно продумать варианты проведения досуга заранее, чтобы быть готовыми их предложить гостю. Туристы должны быть не только зрителями, но и полноценными участниками. Например: принять участие в уходе за животными, сельхозработах и др. Часто туристы готовы сами платить за то, чтобы научиться как правильно топить печь, колоть дрова, ухаживать за домашними животными, выращивать овощи, косить траву и убирать сено.

Кроме этого туристам могут быть предложены самые разнообразные досуговые программы:

- деревенские праздники;
- традиционные обряды (помолвка, свадьба и т.п.);
- корпоративные мероприятия;
- спортивные соревнования и игры;
- музыкальные вечера у костра;
- мастер-классы (по народным промыслам, приготовлению еды в русской печи, традиционной народной кухне, дегустации домашних вин, пива, кваса, соков, приготовлению творога, масла, процессу изготовления льняных изделий);
- мини-музеи (ремесел, деревенского быта, коллекции древней сельхозтехники, домашних заготовок);
- фотографирование в деревенских старинных костюмах.

Организовать подобные программы можно путем кооперирования с другими семьями, принимающими у себя гостей, а также привлекая

местное население, например учителей, которые имеют определенный опыт в данной области.

Оздоровление

Пребывая на отдыхе гости хотят совместить приятное с полезным, поправить свое здоровье, набраться сил.

К услугам оздоровления, которые могут быть предложены отдыхающим, можно отнести:

- фитотерапию (травяные чаи и настои, процедуры с использованием лекарственных трав);
- апитерапию (лечение продуктами пчеловодства);
- ипотерапию (лечебная конная верховая езда);
- водолечение (русская баня, сауна, бассейн, спа и т.д.);
- лечебные грязи;
- массаж.

Фитотерапия

С давних времён людям известны целебные свойства растений. Различные растения во всевозможных сочетаниях, пропорциях и видах применяются человеком от различных недугов. Например, пихта сибирская обладает лечебными свойствами. Её кора насыщена эфирными маслами и смолами. Очень давно люди научились получать «хвойное масло» путём пропускания горячего пара через хвойную лапку и его охлаждения. О целебных свойствах пихтового масла и пихтовой воды ходят не только легенды, но учёными проведены серьёзные исследования и клинические испытания. Они используются для лечения суставных заболеваний, всех видов хондрозов, простуд и множества других заболеваний. Через две, три процедуры лечения хвойным паром человек, даже ничем не болеющий, просто омолаживается и оздоравливается, в теле появляется лёгкость и радость от движений.

Фитотерапия применяется и совместно с водными процедурами, например, с баней. При насморке, болях в горле особенно хороший эффект дает распаренный эвкалиптовый веник. В парной его

прижимают к лицу и дышат 4-5 минут носом. Настой листьев грецкого ореха применяют при мокнущих кожных болезнях, зуде, крапивной лихорадке. Полезный пар готовят из настоя ромашки, чабреца. Определенные травяные ингаляции могут оказывать как успокаивающее, так и тонизирующее воздействие.

Апитерапия

Апитерапия предполагает лечение продуктами пчеловодства. Пчелиное молочко, пчелиный яд, перга, забрус, мёртвые пчёлы и многое другое от продуктов пчеловодства - всё это мощные лекарственные средства, которые при правильном их применении, дают человеку здоровье, продлевают его жизнь. Есть организмы, бурно реагирующие на молочко и яд, поэтому обязательно необходимо провести биологическую пробу. При лечении этими продуктами можно установить индивидуальную дозу, необходимую для применения при различных заболеваниях: опухолях, радикулите, ревматизме, суставных заболеваниях, ослаблении иммунной системы организма.

Эфирные масла прополиса, мёда и воска, маточного молочка и перги, ароматы и фитонциды цветков, нектара и воска, выделяемые из улья, заселённого пчёлами, дезинфицируют воздух вокруг пасеки в радиусе до 200 м. Биополе отдельной пчелосемьи в совокупности со многими другими семьями, стоящими на пасеке образуют единое энергетическое пространство. Такой микроклимат улучшает состояние больных, изменяет характер их поведения, увеличивает аппетит, улучшает сон и настроение, а в целом - удлиняет жизнь.

Водные процедуры

Правильно организованные водные процедуры имеют оздоравливающее воздействие. Наиболее популярным видом является баня. Переоценить значение бани для человека невозможно. Баня – это самый лучший способ снять усталость, и не только физическую, но и умственную. Улучшается физическое самочувствие, сон, эмоциональное напряжение, усиливается обмен веществ в организме. Баня обладает целой массой полезных свойств, приносящих человеку не только удовольствие, но и здоровье.

Хозяева должны знать и ознакомить гостей с основными правилами посещения бани, подготовки веников, банного массажа, закаливания и т.д.

4. Обеспечение безопасности пребывания туристов

Под безопасностью туризма понимается личная безопасность туристов, сохранность их имущества и нанесение ущерба окружающей природной среде при совершении путешествий (Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" Глава VII, Статья 14, №132-ФЗ от 14 октября 1996 г.).

Хозяева гостевых домов обязаны предоставить туристам исчерпывающие сведения об особенностях прилегающей местности, а также об опасностях, с которыми они могут встретиться во время пребывания и при совершении путешествий в окрестностях.

Для этого лучше устно и письменно информировать их о потенциальных опасностях и правилах поведения для предотвращения нанесения вреда.

Так, например, в Республике Алтай, применяются следующие Правила личной безопасности для гостей:

1. Купаться в реке только в безопасных местах, в стороне от порогов, водоворотов. Не нырять с берега, не заплывать на стремнину. Купаться рекомендуется не дальше 2 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 в горах рекомендуется сделать прививку от клещевого энцефалита или заготовить таблетки, снижающими риск заболевания).

4. Не находиться под воздействием прямого солнечного излучения более 0,5 часа (особенно в горах).

5. Не разводить костры в лесу; на полянах не оставлять костры без присмотра, особенно в ночное время. Покидая стоянку, залить костер водой.

6. При самостоятельных прогулках в лес на расстояние более 5 км иметь проводника из местного населения.

7. Не входить в контакт с домашними животными в отсутствие хозяина (собаки, коровы, телята, лошади, жеребята, козы, гуси и т.д.).

8. Не оставлять детей без присмотра, не разрешать детям лазить по крышам хозпостроек, заборам, входить в помещения для животных.

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 после использования засыпать их землей.

11. Соблюдать правила противопожарной безопасности.

12. При наступлении несчастного случая гости должны оказать друг другу первую помощь, обратиться в медпункт или больницу и немедленно уведомить хозяина.

Подобные Правила могут быть расширены или сужены в зависимости от обстановки. Подпись под Правилами побуждает к большей ответственности гостей.

Хозяева гостевых домов должны хорошо знать и соблюдать основные требования пожарной безопасности к содержанию территорий, зданий, жилых домов и хозяйственных построек, меры пожарной безопасности в жилых домах при эксплуатации печей, каминов, газовых отопительных и нагревательных приборов, электрооборудования, телевизоров, при хранении препаратов бытовой химии. Особое внимание нужно уделить обеспечению технического обслуживания и правильной эксплуатации инженерно-технических устройств, представляющих пожаровзрывоопасность. Разведение костров, сжигание отходов и тары разрешается не ближе 50 м до зданий и сооружений в безветренную погоду.

Каждый гражданин при обнаружении пожара или признаков горения (задымление, запах гари, повышение температуры и т.п.) должен:

- незамедлительно сообщить об этом по телефону в пожарную охрану (при этом необходимо назвать адрес объекта, место возникновения пожара, а также сообщить свою фамилию);
- принять по возможности меры по эвакуации людей, тушению пожара и сохранности материальных ценностей.

На территории усадьбы обязательно должны быть первичные средства пожаротушения, хозяева должны знать их назначение, устройство, технические характеристики и правила пользования. В гостевых домах должны быть вывешены планы эвакуации. В границах своего дома хозяин несёт полную ответственность за безопасность принятых им гостей.

Место для размещения бани выбирается в соответствии с правилами санитарной и противопожарной безопасности. Баня должна находиться на определенном расстоянии от жилых построек, также необходимо тщательно следить за состоянием дымохода. Особое внимание при строительстве бани уделяется водосливу, должен быть обеспечен нормальный сток использованной воды и ее слив в канализацию, иначе в баню будут проникать неприятные запахи. Водосток устраивают из водоотталкивающих материалов, как правило, из бетона, в виде наклоненной поверхности.

При отдельном расположении хозяйственных построек для скота и птицы санитарные органы требуют соблюдения разрыва между домом и постройкой не менее 15 м и размещения последней в глубине хозяйственного двора. В случае блокировки помещения для скота и птицы должны отстоять от окон жилых комнат и веранд также не менее, чем на 15 м. Блокировку построек для скота и птицы с жилым домом необходимо осуществлять через три помещения. При этом первое из них надлежит оборудовать скребком для обуви. Второе помещение (расположенное ближе к дому) может иметь как коммуникационное, так и функциональное назначение, не связанное с гигиеническим процессом жизнедеятельности (например, помещение для хранения инвентаря). Помещения должны иметь вентиляцию (по данным Саратовского НИИ сельской гигиены).

Хозяин или члены семьи должны обладать знаниями по оказанию первой медицинской помощи отдыхающим. В доме, а также на организованных выходах туристов на природу должна быть укомплектованная необходимыми лекарствами аптечка скорой помощи, которую постоянно нужно проверять и обновлять.

Основной формой предоставления гарантий оплаты оказания медицинской помощи туристам является страхование жизни и здоровья, поэтому гостям нужно рекомендовать самостоятельно застраховаться от несчастных случаев. Хозяин гостевого дома может также по договору со страховой компанией заниматься страхованием своих гостей.

Собственнику гостевых домов или администрации поселений (районов) необходимо обеспечить выполнение лабораторных исследований за качеством питьевой воды и источников водоснабжения (скважины, колодцы, родники). Чистка колодцев должна производиться не реже одного раза в год с одновременным текущим его ремонтом.

Необходимо своевременно и в полном объёме проводить уборку прилегающих территорий к гостевым домам, мест общего пользования, помещений домов, обеспечить сбор и вывоз жидких и твёрдых отходов (наличие выгребных ям, контейнерных площадок).

Особое внимание нужно уделять санитарному состоянию мест купания людей (своевременно проводить мероприятия по уборке и благоустройству территории, обеспечению проведения лабораторного контроля за качеством воды в местах купания).

Хозяева гостевых домов обязаны незамедлительно информировать органы исполнительной власти и заинтересованных лиц о чрезвычайных происшествиях с туристами во время путешествия, а также о не возвратившихся из путешествия туристах.

5. Планирование и прогнозирование деятельности по развитию бизнеса

Практика показывает, что в условиях рыночной экономики без соответствующей самооценки, прогнозирования и планирования

деятельности очень рискованно начинать или вести какое-либо дело: заключать договоры, брать деньги в кредит, закладывать имущество и т.п.

Прогнозирование и планирование своей деятельности сельский предприниматель начинает с технико-экономического обоснования своей деятельности или разработки бизнес-плана – стандартного документа для большинства стран с рыночной экономикой, являющегося инструментом для обеспечения финансирования проекта развития бизнеса.

В технико-экономическом обосновании излагаются идеи бизнеса, определяется необходимость ресурсов, надлежащее их размещение и использование, обосновывается эффективность бизнеса, выявляются слабые места для сокращения возможных рисков и неопределенностей.

Бизнес-план – это документ, где детально оговариваются основы существующего и планируемого бизнеса, круг потребителей, конкуренция, система сбыта, а также руководство, финансирование, отчетность и другие аспекты.

При составлении бизнес-плана учитывается, что:

- это детальный, подтвержденный фактами документ, который позволяет добиться поддержки в форме инвестиций, выделения ресурсов, согласованности действий покупателя и продавца;

- он должен быть понятен инвестору и освещать Ваш замысел, убеждая зачем и как следует выполнять этот проект;

- в нем определяется: доля и рост объема продаж, чистая прибыль и основные зоны риска.

Бизнес-план по своему назначению и содержанию является перспективным документом. План разрабатывается на среднесрочный период (от 3 до 5 лет) и лишь в отдельных случаях он охватывает период продолжительностью свыше 5 лет.

Для первого года основные показатели бизнес-плана рекомендуется рассчитывать ежемесячно. Для инвесторов это будет означать, что уже в самом начале своей деятельности предприниматель не только планирует реализацию услуг, но и имеет гарантированный

сбыт по установившейся цене. На второй год расчеты производятся поквартально, на третий и последующие – в целом за год.

Бизнес-план состоит из следующих разделов:

1. Резюме.
2. Общая характеристика хозяйства.
3. Характеристика услуг.
4. Рынки сбыта и стратегия маркетинга.
5. Производственный план.
6. Финансовый план и стратегия финансирования, экономическая эффективность.
7. Организационный план.
8. Юридическое и правовое обеспечение.
9. Оценка рисков, управление ими.

1. Резюме.

Бизнес-план начинается с этого раздела, однако пишется он, когда разработаны все основные разделы плана. Только когда программа действий полностью продумана, изложена в сжатой форме и есть предельная ясность в действиях, можно описать основное его содержание (резюме). По сути дела это «уведомление о намерениях».

2. Общая характеристика хозяйства.

Представляются сведения о главе крестьянского (фермерского) или личного подсобного хозяйства, членов его семьи (образование, специальность, опыт работы, возраст). Предоставляется информация о наличии собственных и арендуемых земельных угодий и их использовании, жилых и подсобных помещениях, другом необходимом для бизнеса имуществе, его износе, обеспечении водоснабжения, канализации, отоплении, связи. Дается оценка потенциала для развития вида деятельности по предоставлению услуг сельского туризма.

3. Характеристика товаров и услуг.

При подготовке бизнес-плана в сфере услуг необходимо принимать во внимание наличие у услуг ряда отличительных признаков по отношению к товару. Наиболее важными отличиями услуги от

товара являются такие характеристики, как неосвязаемость, невозможность проверить качество предоставляемой услуги, не потребив ее, непостоянство качества предоставления одной и той же услуги, неотделимость услуги от исполнителя. Все перечисленные характеристики услуги обуславливают тот факт, что ключевую роль в бизнесе, ориентированном на предоставлении каких-либо услуг, играет человеческий фактор, что нужно учитывать при составлении бизнес-плана.

При описании услуги, которую планируется предложить будущим клиентам необходимо четко и лаконично ответить на вопросы:

- какие потребности призвана удовлетворить услуга;
- особенность и отличительные качества, которые позволят предпочесть эти услуги услугам конкурентов.

При описании туристских услуг особое внимание уделяется формированию оптимального набора оказываемых услуг, сезонности спроса.

В этом же разделе должен быть дан прогноз цен с учетом уровня, сложившегося на рынке, и тех затрат, которые потребуются при оказании услуг.

4. Рынки сбыта и стратегия маркетинга.

Исследование рынка туристских и гостиничных услуг, проводимое при подготовке бизнес-плана, должно содержать анализ конкурентов, их сильных и слабых сторон, а также оценку доли рынка, которая может быть освоена. Рассматриваются основные характеристики спроса и предложения, определяются основные тенденции, присущие рынку, а также прогнозируются возможные пути дальнейшего развития интересующего рынка.

Информация о потенциальных потребителях имеет большое значение при выборе целевого сегмента и определении набора предоставляемых услуг. Знание социальной и демографической структуры потенциальных клиентов, а также предпочитаемых ими видов отдыха и источников информации, которыми они пользуются при

выборе места отдыха, помогает не только сформировать оптимальный набор оказываемых услуг, но и разработать эффективную маркетинговую стратегию. В бизнес-плане отдельный раздел посвящается описанию рекламной кампании и маркетинговых мероприятий, необходимых для продвижения услуг туристских фирмы на целевом рынке. Здесь же должна быть представлена оценка расходов, необходимых для реализации маркетинговой стратегии, в том числе расходов на размещение рекламы в специализированных изданиях и прочих СМИ, печать буклетов и разнообразных рекламно-информационных материалов.

5. Производственный план.

В этом разделе должны быть описаны все производственные или другие рабочие процессы, связанные с оказанием услуг по сельскому туризму.

Здесь может быть представлен план работ по реконструкции или строительству помещений, обустройству усадьбы, включающий объемы, сроки, материальные затраты, привлечение персонала и т.д. Представляется план закупки дополнительной мебели, оборудования, инвентаря.

Описывается процесс подготовки и оказания услуг. Кто из членов семьи какие работы выполняет, кто привлекается дополнительно, какие потребуются ресурсы.

Завершается раздел оценкой издержек по статьям и их динамика на перспективу.

6. Финансовый план и стратегия финансирования.

В этом разделе в стоимостном выражении обобщаются результаты принятых решений по предыдущим разделам бизнес-плана с целью представить всю необходимую информацию, отражающую ожидаемые финансовые результаты деятельности по оказанию услуг сельского туризма. Именно из этого раздела инвесторы узнают о том, на какую прибыль они могут рассчитывать, а кредиторы – о способностях потенциального заемщика обслуживать долг.

Для оценки доходов от деятельности в рамках бизнес-плана проводится анализ структуры стоимости услуг. Должен быть представлен ежемесячный отчет о движении денежных средств, а также информация о необходимом финансировании проекта и сроках погашения задолженности. Предусматривается, во всяком случае, два варианта расчетов: оптимистичный и неоптимистичный.

В финансовом плане должны быть изложены все предположения (в сжатой форме), положенные в основу расчетов, он не должен расходиться с показателями, представленными в других разделах бизнес-плана.

Финансовый план должен включать подробный оперативный анализ доходов и расходов, формирование чистой прибыли.

Раздел «Финансовый план» рекомендуется заканчивать определением точки безубыточности, т.е. минимального объема услуг, при котором выручка от реализации конкретного вида услуг равна ее себестоимости, т.е. предприниматель в этом случае не получает прибыли и не несет убытков. При превышении этой критической точки предприниматель начнет получать прибыль от оказания услуг.

Точка безубыточности определяется по формуле:

$$A = \frac{\text{Совокупные постоянные издержки предпринимателя}}{\text{Цена одной услуги} - \text{переменные издержки на оказание одной услуги}}$$

Такие расчеты целесообразно делать по каждому виду услуг при различных вариантах цен.

Из формулы видно, что при росте постоянных расходов и уменьшении разницы в знаменателе увеличивается показатель минимально необходимого объема услуг.

Определяя стратегию финансирования, необходимо дать ответы на следующие вопросы:

1. Сколько необходимо средств для реализации проекта?
2. Из каких источников намечается получить эти средства и в какой форме?

3. Когда можно ожидать полного возврата вложенных средств и получение инвесторами дохода на них? Каким будет доход?

7. Организационный план.

В этом разделе описывается количество и требования к персоналу, распределение ответственности.

Учитывая, что человеческий фактор играет решающую роль в сфере услуг, при составлении бизнес-плана нужно предусмотреть расходы на проведение мероприятий, направленных на повышение квалификации участвующих в обслуживании туристов.

Представляются партнеры по бизнесу, порядок и сроки установления договорных отношений.

Готовится график реализации проекта, где учитывается постепенный рост объемов деятельности по мере увеличения числа клиентов.

8. Юридический план.

В этом разделе представляется юридическое оформление деятельности по сельскому туризму.

9. Оценка рисков, управление ими.

В связи с тем, что в процессе реализации проекта существует риск отклонения реальных показателей проекта от планируемых, проводится анализ рисков проекта. Целью данного анализа является определение степени чувствительности ключевых финансовых показателей к изменениям внешней и внутренней среды. На основе информации, полученной в ходе анализа рисков проекта, делается вывод о возможном изменении значений финансовых показателей проекта.

Инвесторы и кредиторы придают большое значение оценке рисков, чувствительности проекта к изменяющимся условиям среды. Поэтому при разработке бизнес-плана целесообразно указать состав возможных рисков и какие потери при их наступлении могут произойти, по каким видам рисков и на какую сумму следует застраховать имущество.

Среди рисков, с которыми можно столкнуться при занятии услугами сельского туризма можно назвать риск падения спроса на

услуги, риск роста текущих расходов, а также форс-мажорные обстоятельства (пожар, стихийное или техногенное бедствие) и т.д.

При анализе рисков проводится оценка чувствительности основных показателей деятельности компании (прибыль, годовой чистый поток денежных средств) по отношению к изменениям таких параметров как количество клиентов, стоимость услуг. Также в рамках анализа рисков может быть проведен сценарный анализ, который позволяет выявить, какие негативные изменения могут привести к убыточности, а какие не окажут существенного влияния на основные показатели эффективности.

В этом же разделе указываются организации, с которыми заключены договоры на страхование и на какие суммы.

6. Маркетинг услуг сельского туризма

Для успешного ведения дел необходимо не только уметь предоставлять качественные услуги, но и знать кому они необходимы, почему, для каких целей. Для этого проводятся маркетинговые исследования. Комплексные маркетинговые исследования создают обоснованную базу для принятия решений о стратегии и программе развития предпринимательской деятельности по сельскому туризму. Прогнозирование рынка, разработка стратегии и планирование своих действий на рынке, формирование рыночного спроса - основные принципы маркетинга, которыми должны руководствоваться индивидуальные предприниматели.

Широкие комплексные маркетинговые исследования для определенной местности лучше проводить централизованно с привлечением специалистов информационно-консультационных центров, органов местного самоуправления, управления туризма и спорта, которые могут осуществляться за счет государственного финансирования. Кроме этого, можно заказать исследование специализированной фирме или привлечь за определенную плату студентов. Компенсировать данные расходы можно объединившись в ассоциацию владельцев гостевых домов или любую другую

общественную организацию. Однако сами хозяева гостевых домов также должны знать основные направления маркетинговых исследований, чтобы правильно выбрать стратегию и тактику ведения своего дела.

Основными направлениями маркетинговых исследования являются изучение спроса и изучение предложений.

6.1. Изучение спроса на услуги сельского туризма. Определение потенциальных клиентов

Необходимо хорошо представлять своих потенциальных клиентов и знать их запросы. Среди них можно выделить группы по возрасту, и составу семьи.

По возрасту выделяют пять групп: до 17 лет, от 17 до 27, от 27 до 35, от 35 до 50, от 50 и более. Для сельского туризма наиболее характерными являются клиенты с детьми и пожилые люди, которые ищут более спокойной жизни. Они, как правило, редко покидают пределы России, что является чисто российским феноменом, в других странах пенсионеры - самый большой сегмент зарубежного туристского рынка. Самые молодые чаще выезжают для занятия активными видами спорта. Они могут обойтись минимумом удобств и даже жить в палатке или на сеновале. Возрастную группу 27 -35 лет можно охарактеризовать, как «стандартная группа», она более устойчива. Это люди, находящиеся на уже относительно стабильном жизненном этапе, с довольно постоянными и «усредненными» требованиями. Они определились в жизни, получили необходимое образование, а заботы о здоровье пока не стали для них приоритетными. Они молоды и энергичны, их будоражат новые впечатления. Группа от 35 до 50 лет характеризуется повышенным интересом к таким целям поездки, как лечение и деловые встречи. Более детально сегментировать бессмысленно из-за малочисленности потенциальных туристов.

По доходности среди потенциальных клиентов можно выделить людей с малым доходом, со средним, с уровнем дохода выше среднего.

Потенциальные клиенты с малым доходом не требовательны к удобствам. Им важен свежий воздух, качественные и недорогие продукты, уют и чистота. Они, как правило, для занятий спортом привозят свое снаряжение.

Клиенты со средним доходом также предпочитают выбирать недорогой отдых, однако более требовательны к удобствам, они тщательнее выбирают и сравнивают предложения, исходя из соотношения «цена-качество». Эти клиенты, как правило, копят деньги на отдых, они заранее знают сколько и на что они хотят потратить. Именно эта часть населения позволяет прогнозировать спрос на срок до года, причем половина из них имеют отпуск, как правило, летом.

Туристы с уровнем дохода выше среднего определились в жизни, имеют постоянный доход. Они уже объездили все знаменитые заграничные курорты и хотят новых впечатлений на природе в России, любят отдыхать в экзотических местах. Они выбирают индивидуальный отдых и часто заказывают дополнительные услуги (аренда автомобиля, снегохода, яхты, посещение какого-то определенного ресторана и т. д.). Для таких потребителей уровень сервиса играет первоочередное значение, вытесняя на второе место цену. На отдых они тратят деньги, предназначенные на текущие расходы и могут позволить себе турпоездку чаще. Они не привязаны к конкретному сезону и выезжают на менее продолжительный срок. Кроме того, география и цель поездок существенно разнятся у туристов с разным уровнем дохода.

Еще можно выделить группы по составу семьи. Семьи с маленькими детьми, семьи с подростками, женщины с детьми. Если планируется прием туристов с маленькими детьми, необходимо предусмотреть все необходимые условия, питание и соответствующий досуг (оборудовать детские площадки, приобрести игрушки, детские велосипеды, и т.д.). Для привлечения этой категории туристов можно предусмотреть скидки для детей до определенного возраста.

Таким образом, знание потенциальных клиентов позволит заранее подготовиться к работе с определенной категорией туристов.

6.2. Изучение рынка предложений.

На рынке туристских услуг, услуг по предоставлению проживания и питания, экскурсионному обслуживанию, сопровождению групп работают как организации, так и индивидуальные предприниматели. Они являются конкурентами для хозяев гостевых домов.

Конкуренция - это соперничество между людьми, фирмами, организациями, заинтересованными в достижении одной и той же цели. Она обеспечивает постоянное повышение качества услуг и высокие темпы обновления ассортимента. Поскольку в каждом уже состоявшемся сегменте есть конкурент, то необходимо определить позиции всех имеющихся конкурентов, выявить свою рыночную нишу и принять меры к ее заполнению, разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности своих услуг, выбрать партнеров для сотрудничества, составить программу выхода на новые рынки, изучить конкурентов, их положение на рынке.

Среди факторов, которые необходимо иметь в виду при изучении конкурентов, важно выделить основные:

- уровень сервиса предлагаемый конкурентами;
- политика цен у конкурентов.

Такой анализ позволяет определить ключевые факторы конкурента, выявить его слабые стороны и разработать меры для отвоевания своей ниши на рынке. Определение места в конкретной нише рынка является одной из важнейших предпосылок успеха в работе.

6.3. Стимулирование покупки услуг. Организация рекламы

Покупатель покупает не услугу, а способность удовлетворять одну или несколько потребностей. Следовательно, на рынке покупатель приобретает средства удовлетворения. Поэтому покупателю необходимо иметь сведения о потребительских свойствах услуги. Если на рынке такие услуги предлагаются несколькими продавцами, то

покупатель должен иметь информацию об их достоинствах и недостатках, чтобы сделать выбор. Поэтому нужно принять меры о доведении информации о преимуществах Вашей услуги.

Под стимулированием покупки услуг понимают кратковременные побудительные меры поощрения ее покупки. В комплекс стимулирования сбыта включают: рекламу, взаимодействие с СМИ, спонсорство, мероприятия по содействию продажи, отклики прессы. Назначение комплекса стимулирования состоит в представлении новых услуг и выходе на новый рынок.

Необходимо расширить знания потребителей об услугах, создать благоприятное представление о хозяине и его усадьбе, его достижениях, клиентуре; создать и закрепить контакт с потребителями.

Мероприятия по стимулированию сбыта обращены, в основном, к покупателю. Каждое из них выполняет определенную, только для него предназначенную функцию.

Реклама. Нужно продумать каким образом вы донесете информацию о своем гостевом доме до потребителей. Для этого применяется реклама. С помощью рекламы в сознании потенциального покупателя формируется образ услуги. Реклама - это оплаченная форма неличной передачи информации о товарах (услугах) с целью стимулирования продаж.

Потенциальными каналами сбыта могут быть турфирмы и другие организации, которые потенциально могут рассказать о данном продукте туристу, а также продать его за определенные комиссионные. Можно рекламировать гостевой дом самостоятельно. Необходимо иметь в виду, что в первые годы работы расходы на рекламу будут весьма высокими, так как отсутствует возможность использовать бесплатные источники, такие как устная реклама гостей, воспользовавшихся услугами. Важно помнить, что потенциальный турист не может заранее увидеть предлагаемое жильё, поэтому следует подготовить информацию таким образом, чтобы она давала максимально чёткое и детальное представление, достаточное для

осознанного выбора. Туристы и отдыхающие, принадлежащие к разным сегментам туристского рынка, имеют различные предпочтения относительно жилья. Одним туристам из удобств нужно только самое необходимое, другим - намного больше. Предоставляемая информация должна позволять сделать разумный выбор. Главное, чтобы у туриста не сложилось ложное впечатление: если клиент не ожидает, что он будет размещен в номере класса "люкс", то у него не будет эффекта обманутого ожидания.

Виды рекламы многообразны.

1. Прямая реклама (direct mail (DM) или direct sale). Она является рекламным методом прямой почтовой рассылки - наиболее простой, доходчивый («адресный») и минимальный по затратам способ выхода на рынок. Такую рекламу можно рассылать по факсу или электронной почте на предприятия и фирмы города, а также конкретным людям. Список адресов составляется на основании справочников (отраслевых, фирменных, телефонных). Помощь могут оказать рекламные и торговые организации. В качестве приложения к деловому письму могут фигурировать проспекты, каталоги, а также сувениры. Письма отсылаются одним и тем же адресатам несколько раз.

2. Реклама в прессе: в журналах и газетах специализированного назначения; в журналах и газетах общего пользования; в деловых и телефонных справочниках.

3. Печатная реклама: ежегодный выпуск путеводителей, включающих информацию о гостевых домах с полным описанием оказываемых посетителям услуг; издание рекламных проспектов (на русском и иностранных языках); каталоги; буклеты; открытки; календари; плакаты; аннотации; листовки (флайеры).

4. Экранная реклама: кинореклама, видеореклама, телереклама, слайды.

5. Радиореклама.

6. Наружная реклама: указатели на дорогах, крупногабаритные щиты, размещенные на крышах и стенах зданий. Они размещаются с разрешения городского муниципального центра рекламы.

7. Реклама на транспортных средствах.
8. Реклама на месте проживания (вывеска, указатель).
9. Выставки и ярмарки.
10. Сувениры с логотипом.
11. Компьютерные сети (сайты в сети Интернет, рассылка по электронной почте).

Каждый из видов рекламы имеет свои позитивные и негативные стороны. Необходимо проанализировать, какие виды рекламы доступны по цене и будут наиболее эффективно воздействовать на потенциальных клиентов. В связи с тем, что развитие сельского туризма входит в государственную задачу устойчивого развития сельских территорий, можно привлечь финансовые средства целевых программ, спонсоров.

Набор средств стимулирования сбыта обладает тремя характеристиками: привлекательность и информативность, побуждение к совершению покупки (льготы содействия, представляющие ценность для потребителя); приглашение к совершению покупки.

Цели стимулирования сбыта:

1. Увеличить число потребителей услуг;
2. Увеличить количества услуг, приобретаемых каждым клиентом;
3. Повысить оборачиваемость денег;
4. Придать регулированность сбыту услуг;
5. Выгодно использовать разовые события (праздники, выставки и т. д.).

Мероприятия по отношению к покупателям состоят в предложении коммерческой выгоды тем, кто приобретает услугу на оговоренных условиях:

- скидки постоянным клиентам (при первом посещении выдается купон на скидку при последующем приезде (5–10%);
- скидки клиентам, привлекающим новых гостей;
- скидки групповые (при приезде 15 человек - один размещается бесплатно);

- предоставление бесплатного обслуживания на определенный период (если гость живет более 20 дней, то на период от 1 до 3 дней можно предоставить бесплатное обслуживание);

- сезонные скидки;

- корпоративные скидки.

Особенность корпоративного туризма, то есть отдыха в трудовом коллективе, состоит в том, что организует и оплачивает в нем все расходы не частное лицо или группа лиц, а компания. Выгод здесь значительно больше, чем затрат. Во-первых, таким образом компания как бы неформально «награждает» тех своих сотрудников, в чьей эффективности она заинтересована в течении всего будущего года. Одновременно с этим поездка на отдых с коллегами - очень действенный способ создания неофициальных отношений в производственных группах. Для приема группы необходимо наличие достаточного места для размещения, праздничного стола, развлечений (танцев, игр). Они захотят посетить баню, купель, бассейн. Традиционное время для такого вида туризма - это зима, весна и осень, то есть, как раз массово - туристическое «несезонье».

Можно организовать презентацию при открытии гостевого дома, перед началом работы или нового сезона первым приезжающим клиентам дать большую скидку. Для поддержания связи с постоянными клиентами можно периодически напоминать бывшим гостям о себе, посылая поздравительные открытки, информационные листы.

7. Ценообразование туристских услуг

Рыночной ценой товара (работы, услуги) признается цена, сложившаяся при взаимодействии спроса и предложения на рынке идентичных (а при их отсутствии - однородных) товаров (работ, услуг) в сопоставимых экономических (коммерческих) условиях (п. 4 ст. 40 НК РФ).

Для того, чтобы определить цену на услуги необходимо изучить спрос, цены у конкурентов, провести анализ издержек. Спрос на товар очерчивает верхний уровень цены, которую хозяин может установить. Издержки (сумма постоянных и переменных издержек) определяют

минимальную ее величину. Это важно учитывать, если планируется понизить цены. Низкие цены на уровне издержек можно удерживать только в короткий период проникновения на рынок.

Калькуляция издержек может включать следующие статьи:

- затраты на топливо, энергию, воду (коммунальные платежи);
- материальные расходы (продукты, постельное белье и т.п.);
- расходы на оплату труда (вместе с отчислениями на социальное страхование);
- транспортные услуги;
- услуги связи;
- прочие услуги (информационные, маркетинговые);
- коммерческие расходы (реклама и др.);
- налоги;
- выплаты и проценты по кредитам;
- прочие расходы.

Наиболее простой и распространенной считается методика «средние издержки плюс прибыль», которая заключается в начислении наценки на себестоимость товара. Но стандартная наценка не позволяет в каждом конкретном случае учесть особенности популярного спроса и конкуренции, а, следовательно, определить цену. При этом стоит учитывать психологическое восприятие услуги покупателем. Например, для многих потребителей информация о качестве услуги заключена в цене, то есть цена выступает показателем качества. Известно немало случаев, когда с ростом цен увеличивались объемы продаж.

Цена должна возместить владельцу гостевого дома его затраты и обеспечить такой размер прибыли, который позволит ему работать по принципу самофинансирования и постепенно вкладывать средства в благоустройство усадьбы. Цена должна быть гибкой и соответствовать спросу на данные услуги, который во многом определяется сезонностью. Существенное влияние на цену оказывает поведение конкурентов и цена на их услуги. Необходимо сравнить их цены и качество предоставляемых услуг.

8. Юридическое оформление и налогообложение деятельности по оказанию услуг сельского туризма

Первоочередной вопрос, интересующий желающих предоставлять услуги в сфере сельского туризма – официальная регистрация.

В отсутствие специальных нормативно-правовых актов приходится руководствоваться правовыми нормами, устанавливаемыми законодательством более высокого порядка и применимыми к сельскому туризму, и нормативно-правовыми актами, регулирующими отдельные аспекты деятельности сельского туризма.

Официально осуществлять деятельность в сфере сельского туризма возможно по нескольким вариантам.

1 вариант. Физическое лицо – владелец жилого помещения заключает договор аренды (найма) жилого помещения непосредственно с физическими лицами – туристами (приложение 1).

Доходы, полученные по таким договорам, являются доходами, облагаемыми налогом на доходы физических лиц (ст. 207, 208 гл. 23 Налогового Кодекса РФ) по ставке 13% (ст.224 НК РФ).

В соответствии со ст. 228 Налогового Кодекса РФ налогоплательщики, получившие доходы по договорам аренды (найма) самостоятельно исчисляют суммы налога, подлежащие уплате в бюджет.

Для этого необходимо:

- по окончании календарного года (в котором получен доход) составить декларацию по налогу на доходы физических лиц по форме 3-НДФЛ. Не позднее 30 апреля представить ее в налоговую инспекцию по месту жительства;

- сумму налога, подлежащую уплате (доплате) по декларации нужно перечислить в бюджет не позднее 15 июля года, следующего за истекшим налоговым периодом.

2 вариант Физическое лицо регистрируется как индивидуальный предприниматель, оказывает услуги по краткосрочному проживанию (услуги гостиницы).

Согласно подпункту 12 пункта 2 ст. 346.26 Налогового кодекса РФ система налогообложения в виде Единого налога на вмененный доход может применяться по решениям представительных органов муниципальных районов, городских округов в отношении оказания услуг по временному размещению и проживанию организациями и индивидуальными предпринимателями, использующими в каждом объекте предоставления данных услуг общую площадь спальных помещений не более 500 кв.м. (в случае превышения 500 кв.м. налогообложение осуществляется на общих основаниях).

Рассчитать сумму, которую необходимо будет уплачивать в бюджет можно по следующей формуле:

Вмененный доход	=	Базовая доходность на единицу натурального показателя	x	Количество единиц натурального показателя (например, количество квадратных метров площади спальных помещений)	x	Корректирующие коэффициенты K1 – коэффициент дефлятор K2 – совокупность особенностей ведения деятельности
-----------------	---	---	---	---	---	---

Величину базовой доходности и корректирующих коэффициентов K1 и K2 можно узнать в налоговой инспекции.

Сумма ЕНВД рассчитывается по формуле:

Сумма ЕНВД	=	Месячный вмененный доход	x	3 месяца (т.к. налоговым периодом является квартал)	x	15%
------------	---	--------------------------	---	--	---	-----

Обратите внимание: начисленную сумму ЕНВД можно уменьшить на сумму взносов на обязательное пенсионное страхование, но не более, чем наполовину. В расчет берутся выплаты только тем работникам, которые заняты в сферах деятельности, подпадающих под ЕНВД.

По итогам налогового периода (квартала) не позднее 20 числа месяца, следующего за кварталом, в налоговую инспекцию предоставляется декларация по ЕНВД, не позднее 25 числа месяца, следующего за кварталом производится уплата налога.

3 вариант. Хозяин дома заключает договор на оказание услуг по краткосрочному проживанию с рыночным интегратором (турфирмой, туристским центром) по приёму туристов. Хозяин гостевого дома, выступает как физическое лицо, подаёт декларацию о полученных доходах для начисления и уплаты налогов (также, как и в варианте 1). Удобство этой формы для владельца гостевого дома заключается в том, что все взаимоотношения с исполнительными органами власти и другими организациями (страховые компании, рекламные агентства, фирмы, занимающиеся продвижением турпродукта и др.) возлагаются на интегратора. Рыночным интегратором может выступать физическое лицо, зарегистрированное как индивидуальный предприниматель, или любое юридическое лицо, в том числе турфирма, экскурсионное бюро, информационно-консультационный центр, унитарное предприятие, учрежденное местной администрацией для оказания туристских услуг, музей, заповедник, национальный или природный парк и др.

4 вариант. Физическое лицо – владелец жилого помещения заключает договор с туристской фирмой или муниципальным учреждением (приложение 2), и доверяет организациям расчеты по аренде своего гостевого дома и уплате налогов, получает от них доходы за минусом удержанного налога. Такие организации, предприниматели именуется налоговыми агентами. Их деятельность регулируется статьей 226 Налогового кодекса РФ (Особенности исчисления налога налоговыми агентами. Порядок и сроки уплаты налога налоговыми агентами). В этой статье указывается, что «российские организации, индивидуальные предприниматели, от которых гражданин получил доходы, обязаны исчислить, удержать у налогоплательщика и уплатить сумму налога в

бюджет. Налоговые агенты обязаны удержать начисленную сумму налога непосредственно из доходов налогоплательщика при их фактической выплате. При этом удерживаемая сумма налога не может превышать 50 процентов суммы выплаты....Уплата налога за счет средств налоговых агентов не допускается. При заключении договоров и иных сделок запрещается включение в них налоговых оговорок, в соответствии с которыми выплачивающие доход налоговые агенты принимают на себя обязательства нести расходы, связанные с уплатой налога за физических лиц.».

Данный порядок имеет ряд преимуществ:

- поиском клиентов и рекламой гостевого дома, оформлением контрактов и бухгалтерской отчетностью занимается организация, с которой заключен договор;
- у собственников жилья отсутствуют заботы, связанные с ответами на телефонные звонки, рекламой гостевого дома, обработкой почты и т.п.;
- турист общается с посредником (работником организации), который, учитывая все пожелания клиента, облегчает поиск нужного жилья.

9. Государственная поддержка развития малого бизнеса

Развитие альтернативных видов деятельности, наряду с созданием многоукладного производства, должно стать одним из условий экономического роста сельских территорий.

В статье 5 Федерального закона РФ «О развитии сельского хозяйства» №264-ФЗ от 29 декабря 2006г. сказано, что государственная аграрная политика должна быть направлена на достижение полной занятости сельского населения и повышение уровня его жизни.

«В настоящее время в целях устойчивого развития села следует полнее использовать потенциал сельских поселений, в том числе за счет совершенствования агротуризма и ремесленного производства, исторически сложившегося в регионах», - такое мнение высказал ИТАР-

ТАСС министр сельского хозяйства Российской Федерации А. В. Гордеев. При этом министр считает, что формирование такой многоотраслевой структуры хозяйствования позитивно скажется на функционировании сельской экономики даже в неблагоприятные по природно-климатическим условиям годы.

Государственная политика в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации является частью государственной социально-экономической политики и представляет собой совокупность правовых, политических, экономических, социальных, информационных, консультационных, образовательных, организационных и иных мер, осуществляемых органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления.

Основным документом, регулирующим особенности правового статуса и деятельность малых предприятий является вступивший в силу с 01.01.2008г. федеральный закон от 24.07.2007г. № 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации"(далее Федеральный закон).

Вновь созданные организации или вновь зарегистрированные индивидуальные предприниматели и крестьянские (фермерские) хозяйства в течение того года, в котором они зарегистрированы, могут быть отнесены к субъектам малого и среднего предпринимательства, если их показатели средней численности работников, выручки от реализации товаров (работ, услуг) или балансовой стоимости активов (остаточной стоимости основных средств и нематериальных активов) за период, прошедший со дня их государственной регистрации, не превышают предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства.

При обращении за оказанием поддержки субъекты малого и среднего предпринимательства должны представить документы, подтверждающие их соответствие условиям, установленным статьей 4

Федерального закона, и условиям, предусмотренным федеральными, региональными и муниципальными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства.

Сроки рассмотрения предусмотренных частью 2 настоящей статьи обращений субъектов малого и среднего предпринимательства устанавливаются соответственно федеральными, региональными и муниципальными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства. Каждый субъект малого и среднего предпринимательства должен быть проинформирован о решении, принятом по такому обращению, в течение пяти дней со дня его принятия.

Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, включает в себя финансовую, имущественную, информационную, консультационную поддержку таких субъектов и организаций, поддержку в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации их работников, поддержку в области инноваций и промышленного производства, ремесленничества, поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность, поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих сельскохозяйственную деятельность.

Условия и порядок оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, устанавливаются федеральными, региональными и муниципальными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства.

Важность решаемых задач обуславливает приоритетность проблемы развития сельского туризма, ставит ее в ряд социально-экономических задач, имеющих федеральное и региональное значение.

Учитывая это, а также необходимость создания льготного режима для сельских жителей, развития смежных отраслей, находящихся в

различной ведомственной подчиненности, организацию сельского туризма необходимо осуществлять программно-целевым методом как на федеральном, региональном, так и муниципальном уровне. Основными задачами целевых программ должны стать:

1. Совершенствование нормативно-правовой базы в сфере сельского туризма.

2. Создание инфраструктуры территории, способствующей комфортному пребыванию и обеспечению высокого уровня обслуживания туристов.

3. Организация системной государственной поддержки малого предпринимательства и фермерства в области сельского туризма, обеспечивающей условия их устойчивого функционирования, преодоление административных барьеров на пути их развития, доступ к финансовым и материальным ресурсам.

4. Организационная поддержка: создание специальных структур, оказывающих системную помощь и занимающихся организацией данного сектора туристической индустрии.

5. Развитие кадрового потенциала сферы обслуживания и туризма в сельской местности путем совершенствования системы профессиональной подготовки, повышения квалификации и переподготовки сельских жителей.

6. Расширение сфер занятости в сельской местности и повышение деловой активности населения путем создания новых рабочих мест, в том числе в сфере обслуживания туристов.

7. Информационное обеспечение организации сельского туризма, в том числе внедрение информационных технологий, позволяющих создать масштабный рынок сельского туризма в виртуальной форме.

8. Содействие в продвижении сельского туризма путем обеспечения участия малых предприятий, фермеров и владельцев ЛПХ в выставках и конкурсах.

9. Координация деятельности региональных органов власти и администраций муниципальных образований в решении задач по развитию различных видов и направлений сельского туризма.

Региональные программы должны быть и в стадии построения, и в стадии реализации понятными и вполне определенными для жителей региона, других региональных субъектов. Программы должны быть закреплены в регионах законодательно, они, как правило, утверждаются региональным законом или постановлением правительства.

Кроме того, необходима координация с другими программами, осуществляемыми на данной территории. Это программы по расширению сфер занятости, социально-экономического развития, создания инфраструктуры, а также комплексные программы, охватывающие значительные территории, такие как "Юг России" (из федерального бюджета в ближайшие 3 года будет выделено 18,3 млрд. рублей), программы развития Забайкалья, Дальнего Востока и т. д.

Государственная поддержка агротуризма включена в «Государственную программу развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008-2012 годы». Она будет осуществляться посредством предоставления субсидий за счет средств федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным на срок до 5 лет на развитие несельскохозяйственной деятельности в сельской местности (сельский туризм, народные промыслы и ремесла, бытовое и социально-культурное обслуживание сельского населения) в размере 95% ставки рефинансирования (учетной ставки) Центрального банка Российской Федерации. По оформлению пакета документов для

получения кредитов и субсидий по ним можно проконсультироваться в отделениях «Россельхозбанка», «Сбербанка РФ», а также в информационно-консультационных центрах АПК, находящихся в районах и регионах.

10. Информационно-консультационное обслуживание организации сельского туризма

В настоящее время в России создается государственная система сельскохозяйственного консультирования АПК. Структуры системы действуют на федеральном, региональном и районном уровнях. На федеральном и региональном уровне кроме консультационной деятельности специалисты осуществляют методическую и информационную поддержку районного звена, где консультанты непосредственно работают с сельским населением и товаропроизводителями. Среди задач системы в качестве приоритетной можно выделить повышение доходов и занятости сельского населения, поэтому значительное внимание должно уделяться развитию сельского туризма, как одного из направлений несельскохозяйственной деятельности. Одним из направлений работы, создаваемых в рамках Федеральной целевой программы «Социальное развитие села до 2010 г.» информационно-консультационных центров в сельской местности является оказание поддержки сельскому населению и местным администрациям в развитии сельского туризма.

Создаваемые в регионах информационно-консультационные центры должны инициировать разработку региональных программ развития сельского туризма, оказывать значительную информационно-консультационную поддержку сельскому населению при организации сельского туризма. Основные направления этой поддержки следующие:

- информирование об опыте развития сельского туризма в России и за рубежом;
- проведение обучающих семинаров, конференций, круглых столов по организации сельского туризма;
- составление бизнес-планов;
- помощь в оформлении документов для получения кредитов;

- помощь при регистрации предпринимателей;
- проведение маркетинговых исследований и рекламы в средствах массовой информации и Интернете для предоставления агротуристических услуг горожанам;
- консультирование по экономическим и юридическим вопросам;
- создание демонстрационных объектов по сельскому туризму;
- организация обмена опытом между предпринимателями.

В каждом информационно-консультационном центре будет работать специалист, занимающийся вопросами развития альтернативных видов деятельности на селе, который будет проводить индивидуальные консультации, организовывать курсы повышения квалификации и тематические встречи предпринимателей, разрабатывать маркетинговые материалы и т.д.

Заключение

Сельский туризм, организованный на базе крестьянского (фермерского) и личного подсобного хозяйства, является дополнительным источником дохода, может стать одним из элементов оживления местной экономики. Он решает проблему занятости на селе и еще ряд задач общерегионального и национального значения, поэтому требует действенных мер со стороны органов государственной власти Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и местного самоуправления.

Для организации сельского туризма главам крестьянских (фермерских) и личных подсобных хозяйств необходимо:

- выявить потенциал для развития сельского туризма в своей местности;
- обустроить дом и прилегающую территорию;
- обеспечить безопасность пребывания туристов;
- провести планирование и прогнозирование деятельности по развитию бизнеса в сфере сельского туризма;
- провести маркетинговые исследования рынка услуг сельского туризма;
- выявить аспекты ценообразования на предоставляемые услуги;
- определить форму хозяйствования.

Информационно-консультационные центры, создаваемые в сельской местности, окажут помощь при планировании и прогнозировании бизнеса, изучении спроса на услуги сельского туризма и анализе рынка предложений, организации рекламы, проконсультируют по экономическим и правовым вопросам.

Список использованной литературы

1. Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства» от 29 декабря 2006 года № 264 ФЗ.
2. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008-2012 годы, утверждённая постановлением Правительства Российской Федерации от 14 июля 2007 г. № 446.
3. Федеральная целевая программа «Социальное развитие села до 2010 года», утверждённая постановлением Правительства Российской Федерации от 03 декабря 2002 г. № 858.
4. Федеральный закон "Об основах туристической деятельности в Российской Федерации" Принят Государственной Думой 4 октября 1996 года. Одобрен Советом Федерации 14 ноября 1996 г №132-ФЗ.
5. Федеральный закон от 24.07.2007г. №209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации"
6. Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. №69-ФЗ "О пожарной безопасности"(с изменениями от 22 августа 1995 г., 18 апреля 1996 г., 24 января 1998 г., 7 ноября, 27 декабря 2000 г., 6 августа, 30 декабря 2001 г., 25 июля 2002 г.).
7. Налоговый кодекс Российской Федерации, принят Государственной Думой 16 июля 1998 года, одобрен Советом Федерации 17 июля 1998 год.
8. Агаянц М. В., Масютин В.М. , Бочкарева Н.В., Рябченко Ю.В., Савина Л.П. Жилой дом для индивидуального застройщика. 2-е издание, переработанное. – Москва: Стройиздат, 1991 г.
9. Алексанов Д. С, Глазунов И. Е., Глазунова О. В, Кошелев В. М., Савенко В. Г. Разработка бизнес-планов инвестиционных проектов для предприятий АПК.- М.: ФГУ РЦСК, 2006, 186 с.
10. Бычков В.П. «Отдых и лечение на пасеке», Журнал «Ваш сельский консультант, №1, 2007 г.
11. Волынцева Н. А. Сельский туризм. Справочно-информационный выпуск. Комитет по туризму Правительства Вологодской области. – Вологда, 2008 -24 с.

12. Демишкевич Г.М., Смирнов Г.Е. Проблемы развития информационного менеджмента в сельских муниципальных образованиях –М.: РАКО АПК, 2007. - 224 с.
13. Демишкевич Г.М. Организация муниципальных информационно-консультационных центров по обслуживанию сельского населения, М.: РАКО АПК, 2002 г.
14. Демишкевич Г.М. Роль специалистов информационно-консультационных центров в рациональной организации производства личных подсобных хозяйств населения. Журнал «Аграрная Россия», № 3, 2004.
15. Демишкевич Г.М., Карпова И.М. Организация работы информационно-консультационной службы АПК по развитию сельского туризма. –М.: ФГУ РЦСК, 2007, - 64 с.
16. Мерзлов А.В. Переход к устойчивому развитию сельских территорий: теория, методология и практика. – Москва-Иркутск: Издательство Института географии им. В.Б. Сочавы СО РАН, 2006. – 308с.
17. Методические рекомендации по разработке бизнес-плана развития сельскохозяйственной организации, крестьянского (фермерского) хозяйства, сельскохозяйственного потребительского кооператива. – Екатеринбург: МСХП Свердловской области. 2007 год.
18. Методические рекомендации по вопросам обеспечения безопасности организации и ведения туристической деятельности. – М.: 2006 г.
19. Организация инновационного развития сельского бизнеса в регионе. –М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2007 – 292 с.
20. Павлова Э.Н. Руководство для владельцев сельских усадеб.- Петрозаводск: Скандинавия.
21. Сельское гостеприимство. Рекомендации по организации и работе. Практическое пособие. М.: Изд-во МСХА.

Приложение 1.

ДОГОВОР оказания услуг по краткосрочному проживанию

Область _____ район _____
«__» _____ 200 г.

Мы, нижеподписавшиеся,
гражданин(ка) _____,
паспорт _____ прописан _____
выдан _____
свидетельство о государственной
регистрации _____

(для предпринимателей)

именуемый(ая) в дальнейшем **Владелец** и
гражданин(ка) _____
_____ паспорт _____
_____ прописан _____
выдан _____

именуемый(ая) в дальнейшем **Клиент**, заключили настоящий договор о
нижеследующем:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

Владелец предоставляет **Клиенту** услуги по краткосрочному
проживанию в «гостевом доме» по
адресу _____

2. СТОИМОСТЬ УСЛУГ

2.1. Продолжительность отдыха: с _____ по
_____.

2.2. В стоимость проживания включается оплата услуг:
проживание в «гостевом доме», посещение бани 1 раз в заезд,
пользование оборудованной кухней, свежая зелень, парковка
автомобиля на приусадебном участке (в гараже), трехразовое питание,
дополнительные услуги
(какие): _____

(ненужные услуги вычеркнуть, нужные дописать)

2.3. Состав семьи (группы):

ФИО клиента	дата рожд.	паспорт	адрес, телефон
1. _____	_____	_____	_____
2. _____	_____	_____	_____
3. _____	_____	_____	_____
4. _____	_____	_____	_____
5. _____	_____	_____	_____
6. _____	_____	_____	_____

2.4. Стоимость проживания (прописью)

2.5. При бронировании за две недели и более **Клиент** делает предоплату в размере 10%.

2.6. При бронировании менее чем за две недели до заезда **Клиент** оплачивает стоимость **Владельцу** после приезда.

3. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

3.1. **Владелец** обязуется:

- ◆ проинформировать **Клиента** об условиях проживания, питания, экскурсионного обслуживания, страхования;
- ◆ проинструктировать **Клиента** о правилах поведения и личной безопасности во время отдыха;
- ◆ оказать заказанные услуги в полном объеме и хорошего качества;
- ◆ обеспечить сохранность личного имущества **Клиента** на территории «гостевого дома» и приусадебного участка;
- ◆ предоставить в пользование **Клиента** меблированный «гостевой дом» для проживания **Клиента** и его семьи (группы);
- ◆ способствовать беспрепятственному получению медицинской помощи: вызов скорой медицинской помощи, организация доставки до медицинского учреждения и т.п.;
- ◆ в случае невозможности оказания услуг по объективным причинам **Владелец** обязуется вернуть **Клиенту** полученную сумму оплаты этих услуг.

3.2. **Клиент** обязуется:

- ◆ внимательно изучить условия настоящего договора, довести его до сведения всех членов семьи (группы) и выполнять их в целях успешного осуществления поездки. Все убытки и расходы, вызванные невыполнением условий договора, несет **Клиент**;

- ◆ в случае самостоятельной организации своего досуга нести полную ответственность за себя, жизнь и здоровье членов семьи (группы) во время отдыха;
- ◆ бережно относиться к имуществу в месте проживания и возместить материальный ущерб имуществу хозяина дома, если он нанесен по вине **Клиента**;
- ◆ беречь окружающую природу;
- ◆ соблюдать правила человеческого общежития, уважительно относиться к традициям принимающей семьи, соблюдать тишину в ночное время.

4. СПОРЫ И ПРЕТЕНЗИИ

4.1. В случае возникновения споров об обслуживании **Клиент** должен стремиться к тому, чтобы решить их и свести к минимуму возможный ущерб совместно с **Владельцем**.

5. ФОРС - МАЖОР

В случае наступления форс-мажорных обстоятельств (стихийные бедствия, война, забастовки и т.д.) стороны не несут ответственности за взятые на себя обязательства. Обе стороны должны предупредить друг друга в течении трех суток о наступлении форс-мажорных обстоятельств.

6. СРОКИ ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА

6.1. Срок действия договора с «__» _____ 200__ года по «__» _____ 200__ года.

6.2. В случае грубого нарушения **Клиентом** условий проживания, совершения действий, создающих угрозу нанесения вреда здоровью и имуществу владельца «гостевого дома» (распитие спиртных напитков, агрессивное поведение и др.) **Владелец** может расторгнуть договор, выселив клиента из «гостевого дома». В данном случае стоимость несостоявшегося отдыха **Клиенту** не возвращается.

7. ПОДПИСИ СТОРОН

Владелец «гостевого дома»

Клиент

ДОГОВОР
аренды жилого помещения № _____

г. _____ « ____ » _____ 200__ г.

МУП «Управление туризма и народных промыслов - _____
муниципального района», в лице директора _____,
действующего на основании Устава (далее «Арендатор») с одной
стороны и физическое лицо _____
(далее «Арендодатель») с другой стороны проживающий (ая) по
адресу: _____

заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. Предмет договора.

1.1. АРЕНДОДАТЕЛЬ предоставляет АРЕНДАТОРУ во временное
пользование для проживания туристов (жилой дом, квартиру
(благоустроенную или неблагоустроенную), часть дома, часть квартиры,
комнату в жилом доме) нужное подчеркнуть, с находящимся там
имуществом (опись прилагается к договору) находящемся по
адресу: _____,
общей площадью _____ (кв.м.) и принадлежащем

(Ф,И,О, Арендодателя)

_____ на праве личной собственности на
основании _____,
(наименование документа)

удостоверенного _____
для проживания в нем до _____ (человек).

2. Обязательства сторон.

2.1. Арендодатель обязуется:

2.1.1. Предоставить (жилой дом, квартиру (благоустроенную или
неблагоустроенную), часть дома, часть квартиры, комнату в жилом
доме) нужное подчеркнуть, в срок указанный в договоре.

2.1.2. Содержать в чистоте и порядке жилое помещение, общее имущество в многоквартирном доме, объекты благоустройства, соблюдать санитарные требования, меры пожарной безопасности.

2.2. Арендатор обязуется:

2.2.1. Соблюдать правила пользования жилыми помещениями.

2.2.2. Использовать жилое помещение в соответствии с его назначением.

2.2.3. Бережно относиться к имуществу, находящемуся в жилом помещении.

3. Порядок расчетов и платежей.

3.1. Арендодатель устанавливает стоимость сдаваемого в аренду помещения в _____ размере _____ рублей за 1 человека в сутки.

Скидки составляют:

Для пенсионеров – 5%

Для детей до 14 лет 15%

Дети до 3-х лет принимаются без оплаты и без предоставления спального места.

3.2. Арендатор обязуется выплатить в срок 7 дней поступившую в кассу денежную сумму, удержав сумму налога (15%) Арендодателю.

3.3. Арендатор обязуется перечислить удержанную сумму налога и предоставить письменную информацию Арендодателю о полученном доходе и удержанном налоге.

4. Прочие условия.

5. Общее положение.

5.1. Настоящий договор вступает в силу после подписания обеими сторонами и действует в течении 11 месяцев.

5.2. Настоящий договор составлен в 2-х экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному для каждой стороны.

5.3. Арендатор, не несет ни какой ответственности за порчу, повреждение или уничтожение туристами имущества Арендодателя.

5.4. Стороны несут ответственность за невыполнение возложенных на них обязанностей в соответствии с действующим законодательством РФ.

5.5. При возникновении споров, связанных с исполнением сторонами обязательств по настоящему Договору, стороны примут все усилия для их разрешения путем переговоров. В случае не достижения соглашения в результате переговоров, споры разрешаются в порядке, предусмотренном законодательством РФ.

6. Реквизиты сторон.

АРЕНДАТОР

_____.

«__» _____ 20__ г.

Подпись: _____

АРЕНДОДАТЕЛЬ

_____.

«__» _____ 20__ г.

Подпись: _____

ОПИСЬ ИМУЩЕСТВА КВАРТИРЫ, ДОМА, ОТДЕЛЬНОЙ
КОМНАТЫ НАХОДЯЩЕЙСЯ ПО АДРЕСУ:

Наименование	Кол-во
Кровать	
Диван	
Кресло	
Шкаф для белья	
Шкаф для посуды	
Стол	
Стол журнальный	
Стол кухонный	
Телевизор	
Холодильник	
Плита газовая или электр.	
Микров. печь	
Водонагреватель	
Зеркало	
Стиральная машина	
Стулья	

Г.М. Демишкевич, И.М. Карпова, Ж.В. Животова
Организация сельского туризма
на базе крестьянского (фермерского) и личного
подсобного хозяйства
(Методические рекомендации)

Подписано в печать 15.05.2008 г. Формат издания 60x84/16
Бум. тип. усл. печ. л. 4,1 Тираж 1000 экз. Заказ №

ФГУ РЦСК
Т. 700-08-71, 700-14-05, 700-13-40
111621, Москва, ул. Оренбургская, 15б, ком. 100-103