



Министерство культуры и туризма Калужской области



## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

# Содержание

|  |  |
|--|--|
| Введение .....   |  |
| 1. Сельский туризм сегодня: состояние, перспективы развития, правовые основы и государственная поддержка деятельности субъектов сельского туризма.....                                 |  |
| 1.1. Государственная политика в сфере туризма.....   |  |
| 1.2. Мероприятия по государственной поддержке субъектов сельского туризма в Российской Федерации .....   |  |
| 1.3. Современное состояние и государственная поддержка развития сельского туризма в Калужской области.....   |  |
| 1.4. Правовое обеспечение мероприятий по организации сельского туризма в Калужской области.....  |  |
| 2. Экономические основы развития сельского туризма .....   |  |
| 2.1. Организационно-экономические предпосылки формирования рынка сельского туризма .....   |  |
| 2.2. Подходы к развитию сельского туризма.....   |  |
| 2.3. Ценообразование в туристском бизнесе.....   |  |
| 3. Организация и технология обслуживания в сфере сельского туризма.....  |  |
| 3.1. Кто может организовывать гостевые дома .....  |  |
| 3.2. Государственная регистрация юридических лиц и индивидуальных предпринимателей .....   |  |
| 3.3. Требования и рекомендации к средствам размещения .....  |  |
| 3.4. Организация отдыха и развлечений в сельской местности .....   |  |
| 4. Маркетинг в сельском туризме.....   |  |
| 5. Управление качеством в сельском туризме.....  |  |
| 6. Основные информационные ресурсы .....   |  |
| 7. Глоссарий .....   |  |
| Заключение .....   |  |
| Приложения .....   |  |
| <i>Приложение 1.</i> Органы исполнительной власти, осуществляющие государственную поддержку и регулирование деятельности субъектов малого предпринимательства в Калужской области..... |  |
| <i>Приложение 2.</i> Памятка туристу, прибывающему в гостевой дом.....   |  |
| <i>Приложение 3.</i> Примерный образец бланка карты гостя .....  |  |

# Введение



новым направлением развития туризма в Российской Федерации и перспективным направлением для Калужской области является сельский туризм.

*Сельский туризм* — вид туризма, который предполагает временное пребывание туристов в сельской местности с целью отдыха и (или) участия в сельскохозяйственных работах с обязательным условием: средства размещения туристов, индивидуальные или специализированные, должны находиться в сельской местности или в малых городах без промышленной и многоэтажной застройки.

*Агротуризм* — сектор туристической отрасли, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики.

Понятие сельского (аграрного) туризма можно трактовать двояко. В узком смысле под сельским туризмом понимают отдых городских жителей в сельской местности, предполагающий более или менее длительную аренду загородного жилья. В широком смысле сельский туризм включает все виды времяпрепровождения городских жителей в сельской местности, т. е. элементы отдыха и оздоровительных мероприятий. В частности, в данном случае речь может идти о сочетании отдыха с трудом на приусадебном участке, об этнографических экскурсиях с акцентом на сельскую составляющую, о добровольном временном участии в агропроизводстве в рамках рекреационных мероприятий.

Существуют две концепции формирования модели сельского туризма.

*Первая концепция* исходит из того, что небольшие сельскохозяйственные предприятия — личные подсобные хозяйства, крестьянские фермерские хозяйства, сельскохозяйственные потребительские кооперативы — на свой страх и риск начинают заниматься предпринимательской деятельностью с туристическим уклоном. В этом случае сельский туризм развивается за счет собственных ресурсов без привлечения необходимых инвестиций извне. Однако рассчитывать на значительный приток туристов в сельскую местность при таких условиях финансирования не приходится.

Если усилия предприятий-предпринимателей дополняются деятельностью туроператоров (разрабатывающих туры) и турагентов (продающих путевки), то результат будет чуть лучше. Однако без кардинального повышения степени комфорта для потенциальных отдыхающих спрос на услуги сельского туризма так и останется на низком уровне, формируясь лишь за счет немногочисленных любителей: рыболовов, специалистов-этнографов и др. Семейные же туристы по-прежнему будут игнорировать эту сферу, потому что им требуется совершенно иное качество услуг.

*Вторая концепция* предполагает комплексное развитие туризма в сельской местности. Сельский туризм рассматривается не как подсобное производство, а как основной бизнес, обеспечивающий максимальный набор рекреационных услуг, нацеленных на использование всех привлекательных для туристов аспектов сельской жизни. К числу таких аспектов можно отнести, например, наличие благоприятных экологических и эстетических условий, возможность приобщиться к сельскому образу жизни и его развлечениям (конные прогулки, сбор грибов и ягод, рыбалка и пр.), доступ к недорогим продуктам питания местного производства, знакомство с этнографическими особенностями и т. д.

В принципе, эти две концепции не противоречат друг другу, если рассматривать их как последовательные этапы одного и того же процесса.

Целевыми сегментами рынка агротуризма могут выступать как граждане России и Калужской области в частности, так и иностранные туристы.

К первой категории следует отнести три группы российских граждан: деловые люди, которые не могут в силу своей деятельности позволить себе длительный отпуск;

1) лица с относительно низкими доходами и ограниченными возможностями для организации зарубежных поездок;

2) дети во время каникул, родители которых не всегда положительно воспринимают большое скопление детей в летних лагерях и альтернативным отдыхом для своих детей могут считать агротуризм.

Ко второй категории целесообразно причислить иностранных туристов трех групп:

1) приезжающие в Калужскую область с деловыми и иными целями, предпочитающие останавливаться в спокойных местах в силу особенностей своего характера;

2) транзитные туристы, передвигающиеся по территории региона;

3) гостевые туристы, посещающие Калужскую область по ностальгическим мотивам.

Сельский туризм подразумевает проживание туристов в деревенском доме в условиях, приближенных к реальным, включая мебель, кухонную утварь. Питание туристов осуществляется преимущественно продуктами деревенской кухни. В совокупности с осмотром местных достопримечательностей, знакомством с национальными традициями, ремеслами, пешими, конными прогулками, оздоровительными мероприятиями (бани, фитотерапия), рыбалкой, общением с домашними животными.

3

Сельский туризм является комплексным стимулом развития как сельской местности, так и экономики региона в целом по следующим направлениям:

— создание позитивного образа Калужской области: делает ее привлекательной не только для туризма, но и для инвестиций в другие сферы деятельности;

— увеличение налоговых поступлений в бюджеты всех уровней;

— обеспечение занятости населения;

— повышение образовательного и культурного уровня населения.

Явными преимуществами сельского туризма являются:

— малые инвестиции и использование преимущественно частных источников финансирования (быстрая

окупаемость капиталовложений);

- содействие привлечению иностранных и национальных инвесторов в развитие сельского туризма;
- создание условий для социальной стабильности в сельских регионах;
- сохранение и возрождение в сельских регионах культурного наследия (традиций, обрядов, ремесел, памятников природы, истории, религии и культуры).

Сельский туризм (агротуризм) как явление относительно новое, существующее около 40 лет и лишь в последнее десятилетие получившее бурное развитие за рубежом, ставшее узнаваемым в России, имеет множество определений и классифицируется по-разному в зависимости от принятой модели.

*Агротуризм* — это вид деятельности, организуемый в сельской местности, при котором формируются и предоставляются для приезжих гостей комплексные услуги по проживанию, отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, занятиям активными видами туризма, организации рыбалки, охоты. Агротуризм ориентирован на использование сельскохозяйственных, природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристского продукта. Будем считать понятия сельского, деревенского, туризма синонимами агротуризма, не вдаваясь в тонкости и детали существующих зарубежных моделей, по-разному определяющих этот вид деятельности.

Сельский туризм считают социально-ориентированным туризмом.

Ему присущи следующие признаки:

- индивидуальность, семейность, поездки в кругу друзей;
- большая длительность пребывания в туре;
- применение медленных и умеренно быстрых средств передвижения;
- спонтанные решения по элементам программы;
- мотивация изнутри;
- стиль жизни в соответствии с культурой посещаемой территории;
- «впечатления»;
- активность и разнообразие;
- территория — цель путешествия — изучается заранее;
- язык территории изучается заранее — хотя бы на простейшем уровне;
- путешественник познает новую культуру;
- покупки — это памятные подарки для друзей;
- после поездки остаются знания, эмоции и воспоминания;
- путешественник рисует с натуры или фотографирует сам.

При наличии разнообразных видов и особенностей сельского туризма его классическая модель предполагает, что организацией туризма на селе занимаются исключительно фермеры или члены их семей, извлекающие из этого дополнительный доход, но не меняющие при этом своего производственного профиля. Главная особенность в том, что клиенту-гостю предлагают проживание в сельской местности и знакомство с жизнью и бытом фермеров. Туристы некоторое время ведут сельский образ жизни среди природы, знакомятся с ценностями народной культуры, прикладного искусства, с национальными песнями и танцами, местными обычаями, принимают участие в традиционном сельском труде, народных праздниках и фестивалях. Сельский туризм ориентирован на ознакомление со спецификой (с особенностями) местного сельскохозяйственного природопользования, традиционным деревенским бытом и создает экономические предпосылки для развития дружественных природе методов ведения сельского хозяйства.

Туристическое предложение в сельской местности складывается из нескольких компонентов:

- неповторимость местного характера;
- конкретные преимущества для туриста;
- преобладание естественного начала;
- экономическая эффективность;
- специализированный маркетинг.

В сельском туризме предприниматели нашли возможности экономического использования некоторых ресурсов, которыми местные жители пренебрегали или не слишком эффективно использовали. К примеру: старые постройки (дома прошлого столетия) или дачные постройки (виллы), которые обычно используются нерегулярно, но требуют определенных расходов на их содержание; включенные в туристические маршруты (в качестве структур размещения), они из пассива превращаются в актив, принося определенный доход.

*Область применения методических рекомендаций.* Настоящие рекомендации распространяются на индивидуальные средства размещения, предназначенные для проживания туристов вне городской среды (в сельской среде), и могут применяться как организациями, так и индивидуальными предпринимателями, оказывающими на их базе услуги размещения, питания и дополнительного обслуживания. Методические рекомендации предназначены для практического применения субъектами сельского туризма Калужской области при организации туристско-экскурсионных услуг.

Основными целями настоящих рекомендаций являются:

- помощь в создании условий для деятельности организаций и индивидуальных предпринимателей на рынке сельского туризма;
- защита прав потребителей от недобросовестного исполнителя услуг и оказание помощи потребителю в компетентном выборе услуг на рынке сельского туризма;
- обеспечение потребителя достоверной информацией об уровне и ассортименте услуг на рынке сельского туризма;
- обеспечение качества обслуживания и безопасности в индивидуальных средствах размещения;
- создание условий для развития смежных видов деятельности на селе.

# 1. Сельский туризм сегодня: состояние, перспективы развития, правовые основы и государственная поддержка деятельности субъектов сельского туризма

## 1.1. Государственная политика в сфере туризма

Государственная политика в сфере туризма предполагает, прежде всего, создание правовой базы, позволяющей туризму нормально функционировать как равноправной отрасли в условиях рынка.

Особо важным периодом в становлении национального туризма, по мнению большинства специалистов, является середина 1990-х годов, когда рядом указов Президента и Постановлений Правительства туризм в нашей стране впервые был официально введен в сферу государственных интересов. В основополагающем Указе Президента говорилось: «1. Признать одной из приоритетных задач государства всемерную поддержку развития туризма в Российской Федерации»<sup>1</sup>.

Впоследствии эта мысль нашла свое одобрение в Федеральной целевой программе «Развитие туризма в Российской Федерации». Программу предполагалось реализовать в два этапа.

*Первый этап (1995-1997 гг.)* включал разработку системы программных мероприятий, направленных на формирование нормативно-правовой базы развития туризма, механизмов государственного регулирования, рекламно-информационного, кадрового и научного обеспечения, а также предполагал развитие материальной базы в рамках реконструкции и завершения строительства туристских объектов, расположенных в районах с наибольшим туристским потенциалом. Реализация первого этапа программы должна была привести к стабилизации и началу постепенного роста внутреннего и въездного туризма.

*Второй этап (1998-2005 гг.)* предполагал завершение работы по

созданию современной системы подготовки кадров для сферы туризма, модернизации существующей материальной базы и строительство новых объектов средств размещения и туристской инфраструктуры, развертывание широкомасштабной рекламной кампании по продвижению отечественного туристского продукта на мировом рынке<sup>2</sup>. По мнению составителей программы, реализация второго этапа должна была значительно увеличить рост туристских потоков в нашу страну.

Однако, как показывает практика сегодняшнего дня, этого не случилось. Основные положения данной программы, к сожалению, остались невыполненными. Причины известны: отсутствие надлежащего финансирования в ее бюджетной части и несостоятельность соответствующих субстанций в создании необходимого механизма внебюджетной подпитки. Таким образом, эта программа стала всего лишь безуспешной попыткой вернуть национальный туризм в лоно государственного планирования как мощной отрасли народнохозяйственного комплекса.

Важнейшим событием в области туризма стало принятие в 1996 году Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ) (ред. от 03.05.2012). Данный закон имеет огромное значение, так как был призван ликвидировать «белые пятна» в правовом туристском пространстве. Федеральный закон определяет принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в РФ, и регулирует отношения, возникающие при реализации прав граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий. Определяются такие понятия, как туризм, тур, туристская путевка и т. п. В качестве туристской деятельности рассматривается туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий. Декларируется, что государство содействует туристской деятельности и создает благоприятные условия для ее развития, формирует представление о России как стране, благоприятной для туризма, а также осуществляет поддержку и защиту российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений. Закон устанавливает права и обязанности туриста во время совершения путешествия. Предусмотрено, что реализация туристских услуг осуществляется на основании договора, который заключается в письменной форме и должен соответствовать законодательству РФ, в том числе законодательству в области защиты прав потребителей. Определены существенные условия подобного договора. Установлены правила обеспечения безопасности туризма.

В ходе применения федерального закона выявились его слабые стороны, в связи с чем в закон были внесены значительные изменения, направленные на упорядочение деятельности субъектов туристской деятельности и защиту прав и законных интересов российских туристов.

На сегодняшний день в Российской Федерации в сфере туризма приняты следующие законы и подзаконные акты.

— Конституция Российской Федерации, закрепляющая в ст. 27 право каждого на свободу передвижения на территории Российской Федерации, право свободно выезжать за пределы Российской Федерации;

— Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», определяющий

<sup>1</sup> Указ Президента РФ от 25.04.94 года № 813 «О дополнительных мерах по развитию туризма в Российской Федерации и об упорядочении использования государственной собственности в сфере туризма». «Туризм: обзор материалов (ТОМ)». Вып. 3. «Указы Президента РФ и Постановления Правительства Российской Федерации о туризме». М.: Бюро информации по туризму ОН-ЛАЙН, 1996. С. 6.

<sup>2</sup> Федеральная целевая программа «Развитие туризма в Российской Федерации» // Волошин Н. М. Правовое регулирование туристской деятельности. Приложение: Учеб. пос. М., 1997. С. 55-57.

принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в Российской Федерации, и регулирующий отношения, возникающие при реализации права граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий;

Гражданский кодекс РФ, регулирующий данные правоотношения в той части, в которой устанавливается правовое регулирование правоотношений по договору возмездного оказания услуг.;

— Федеральный закон от 15.08.1996 № 114-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию», регламентирующий ограничение права гражданина России на выезд за ее пределы только по основаниям и в порядке, которые предусмотрены законом (ст. 2).

— иные федеральные законы, регулирующие отдельные общественные отношения в сфере туристской деятельности.

Подзаконными актами признаются указы Президента Российской Федерации, акты Правительства Российской Федерации, федеральных органов исполнительной власти.

Например, на сегодняшний день на территории Российской Федерации действуют следующие подзаконные акты в сфере туризма:

— Постановление Правительства РФ от 09.02.2007 № 90 (ред. от 20.01.2015) «Об утверждении Типового концессионного соглашения в отношении объектов культуры, спорта, организации отдыха граждан и туризма и иных объектов социально-культурного назначения»;

— Постановление Правительства РФ от 09.06.2003 № 335 (ред. от 24.12.2014) «Об утверждении Положения об установлении формы визы, порядка и условий ее оформления и выдачи, продления срока ее действия, восстановления ее в случае утраты, а также порядка аннулирования визы»;

— Приказ ГКФТ РФ от 04.12.1998 № 402 «Об утверждении Методических рекомендаций по планированию, учету и калькулированию себестоимости туристского продукта и формированию финансовых результатов у

организаций, занимающихся туристской деятельностью»;

— Приказ ГКФТ РФ от 08.06.1998 № 210 «Об утверждении особенностей состава затрат, включаемых в себестоимость туристского продукта организациями, занимающимися туристской деятельностью»;

— Постановление Правительства РФ от 24.01.1998 № 83 «О специализированных службах по обеспечению безопасности туристов»;

— иные подзаконные акты, регулирующие отдельные общественные отношения в сфере туристской деятельности.

Кроме того, регулирование туристской деятельности осуществляется также и на уровне субъектов Российской Федерации.

На сегодняшний день законы о туризме и туристской деятельности приняты во многих субъектах Российской Федерации. Также в субъектах Российской Федерации реализуются среднесрочные целевые программы по развитию туризма в регионах.

## **1.2. Современное состояние и государственная поддержка развития сельского туризма в Калужской области**

В состав туристско-рекреационного комплекса Калужской области входят 94 организации коллективного размещения населения, из них 72 гостиницы, (мотели, пансионаты и др.) и 22 организации специализированного назначения (санаторно-курортные организации, организации отдыха, турбазы и др.). Количество коллективных средств размещения в Калужской области увеличивается с каждым годом.

Объем туристского потока региона по итогам 2014 года составляет 2 205,1 тыс. человек, в том числе:

- туристов и экскурсантов, посетивших 2 наших крупнейших объекта туристского показа области (культурно-образовательный центр ЭТНОМИР и Парк птиц «Воробьи») составило более 700,15 тыс. человек;

- туристов, обслуженных в общих (гостиницах, мотелях, пансионатах и др.) и специализированных (санаторно-курортные организации и др.) коллективных средствах размещения – более 550,6 тыс. человек;

- туристов и экскурсантов, отдыхающих на территории Национального парка «Угра» – 156 тыс. человек;

- экскурсантов, принявших участие в крупных фестивалях (Архстояние, Масленица, ЭТНОРАДУГА, ВЕГФЕСТ, Ориенталия, день Ивана Купалы и др.) – более 50 тыс. человек;

- туристы и экскурсанты, посетившие музей города Калуга, в том числе ГМИК им. К.Э Циолковского – более 380 тыс. человек.

При этом в структуре внутреннего туристского потока региона превалирует доля российских посетителей других регионов – субъектов Российской Федерации: 98,8%. Наблюдается переориентация российских туристов от посещения зарубежных стран к посещению родного региона. Это связано с тем, что в 2014 году в сфере зарубежного туризма из-за резкого роста курса валют цены выросли на 32,5%. Повышение стоимости путевок в зависимости от направлений зарубежных туров колебалось от 50% до 22%.

В настоящее время в качестве приоритетных направлений туризма, обусловленных влиянием природно-климатических, культурно-исторических, географических и макроэкономических факторов, можно выделить следующие направления:

— сельский (аграрный) туризм;

— культурно-познавательный туризм;

— спортивный туризм с активными формами отдыха;

- деловой (конгрессионный) туризм;
- экологический туризм;
- школьный туризм.

Наиболее перспективным направлением для Калужской области является сельский (аграрный) туризм.

Мероприятия, направленные на развитие сельского туризма, способствуют увеличению объема туристского потока и увеличению количества объектов сельского туризма.

В настоящее время в отдельных муниципальных районах области сельский туризм активно развивается. Перспективные субъекты сельского туризма функционируют в Боровском, Жуковском, Дзержинском, Тарусском и Юхновском районах.

Таблица 1- Выполнение целевых индикаторов и показателей по состоянию на 2014 г.

| Наименование целевого индикатора                                    | Плановое значение на 2014 год | Фактическое значение на 01.12.2014 | % выполнения |
|---|-------------------------------|------------------------------------|--------------|
| Объем туристского потока в Калужской области, тыс. чел.             | 1820,00                       | 2205,120                           | 121%         |
| Площадь номерного фонда коллективных средств размещения, тыс. кв. м | 208,00                        | 194,544                            | 94%          |
| Количество объектов аграрного туризма (средств размещения), ед.     | 514,00                        | 573,000                            | 111%         |

В текущем году все целевые показатели в рамках реализации программы развития аграрного туризма будут выполнены.

Применение программно-целевого метода на основе межведомственной координации позволило увеличить эффективность использования бюджетных средств, усовершенствовать и гармонизировать региональное и муниципальное законодательство, снять излишние административные барьеры и создать условия для формирования инвестиционной активности.

Региональная политика в сфере туризма становится по актуальности в один ряд с политикой федеральной в силу двух обстоятельств.

Во-первых, федеральная программа не в состоянии учесть специфику российских регионов, которые отличаются чрезвычайным разнообразием территорий, природно-ландшафтными, климатическими характеристиками, традициями, этническим составом населения, ремеслами, промыслами, составляющими уникальность и самобытность конкретной области, края, района.

Во-вторых, для региона необходимость разработки собственной политики в области туризма определяется возможностями данной отрасли решить широкий круг социально-экономических проблем.

В частности, с помощью туризма можно преодолеть неравномерность развития отдельных регионов или районов внутри региона, оживив экономическую жизнь за счет привлечения инвестиций, дополнительных поступлений доходов в местный бюджет; улучшить инфраструктуру; обеспечить занятость населения и предотвратить миграцию трудоспособного населения; поддержать местную промышленность, обеспечив спрос на товары местных товаропроизводителей; улучшить экологическую обстановку за счет дополнительного финансирования природоохранных программ.

Таким образом, приоритетным направлением в Калужском регионе в области туризма, а в частности сельского туризма, определяются в рамках таких документов, как концепция и программа развития туризма.

Постановлением Правительства Калужской области от 05.02.2009 № 26 (ред. от 01.11.2013) утверждена «Концепция развития аграрного туризма в Калужской области».

Концепция развития аграрного туризма в Калужской области направлена на создание правовой, организационной и экономической среды для формирования туристской деятельности в Калужской области, содействие развитию материальной базы туризма, отражает систему представлений о стратегических целях, задачах и приоритетах развития

сферы аграрного туризма и должна служить ориентиром для органов исполнительной власти Калужской области, органов местного самоуправления муниципальных образований Калужской области, юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих турагентскую деятельность, и юридических лиц, осуществляющих туроператорскую деятельность на территории Калужской области.

В 2013 году в целях обеспечения комплексного развития туристско-рекреационного комплекса области и в соответствии с концепцией Федеральной целевой программы принята государственная программа Калужской области «Развитие туризма в Калужской области» (сменившая ранее действующую долгосрочную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма на территории Калужской области на 2011-2016 годы»), которая включает перечень мероприятий, исходя из поставленных целей и задач, по следующим направлениям:

- обеспечение туристско-рекреационного комплекса объектами инженерной инфраструктуры;
- создание условий для инвестиционной привлекательности и развития туристско-рекреационного комплекса

Калужской области;

- продвижение туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках;
- создание условий для развития аграрного (сельского), культурно-познавательного, спортивного с активными формами отдыха, делового (конгрессионного), экологического и школьного туризма;
- повышение квалификации и уровня подготовки кадров субъектов туристской индустрии;
- повышение качества туристских услуг;
- создание условий для удовлетворения потребностей жителей Калужской области в полноценном отдыхе, способствующем приобщению к культурным, историческим, природным ценностям и укладу жизни сельских поселений.

- Оказание государственной поддержки в рамках реализации программы позволяет повысить эффективность проводимых мероприятий:

- в вопросах занятости населения, что выражается в более полном использовании трудового потенциала, снижении напряженности на рынке труда;

- в части увеличения уровня доходов населения за счет оплаты туристами услуг проживания, питания, транспорта, иных услуг, связанных с пребыванием в Калужской области;

- в сфере благоустройства территорий и развития социальной сферы;

- в части увеличения налоговых поступлений в бюджеты всех уровней бюджетной системы Российской Федерации.

В преамбуле *Стратегии социально-экономического развития Калужской области до 2030 года*, одобренной Постановлением Правительства Калужской области от 29.06.2009 № 250 (ред. от 26.08.2014), отмечается:

«Одним из потенциалов развития Калужской области является туризм. Обладая богатой историей, многовековыми традициями и живописными природными ландшафтами, Калужская область имеет возможности развития туризма различных форм: от делового, культурно-познавательного, религиозного до аграрного и спортивного туризма с активными формами отдыха. Предопределяющими факторами успешного развития туризма в Калужской области являются близость столицы Российской Федерации.

Туризм является одним из наиболее перспективных направлений структурной перестройки экономики, оказывает стимулирующее воздействие на развитие сопряженных с ним отраслей, таких как транспорт, строительство, связь, сельское хозяйство, производство товаров промышленного потребления».

### **1.3. Правовое обеспечение мероприятий по организации сельского туризма в Калужской области**

Развитию сельского туризма уделял внимание в своем докладе «Об основных направлениях бюджетной и налоговой политики области на 2010-2012 годы» губернатор Калужской области А.Д. Артамонов: «В Калужской области открываются большие возможности для развития внутреннего туризма.

Нужно непременно использовать их для того, чтобы туризм стал и одной из визитных карточек региона и доходной статьей нашего бюджета. Для въездного и транзитного туризма в ближайшие годы должна активно развиваться туристская инфраструктура.

Это и современные гостиницы, и придорожный сервис, центры досуга и развлечений, другие объекты гостеприимства. Мы видим, что туда, где создана инфраструктура, люди едут и платят большие деньги.

Нужно использовать все возможности, щедро предоставленные природой, чтобы привлекать к себе людей на цивилизованный отдых. Для этого мы и приняли концепцию развития агротуризма (сельского туризма). Наша задача — через развитый туризм сделать тысячи отдыхающих у нас соотечественников пропагандистами Калужской области».

На развитие несельскохозяйственных видов деятельности, связанных с развитием сельского туризма в Калужской области, предоставляются субсидии.

Субсидирование субъектов сельского туризма в Калужской области регулируется следующими положениями и приказами:

- Постановление Правительства Калужской области от 29 октября 2014 № 634 «Об утверждении Положения о порядке предоставления субсидий на развитие материально-технической базы субъектам аграрного туризма в рамках государственной программы Калужской области «Развитие туризма в Калужской области» (в ред. Постановления Правительства Калужской области от 23.07.2015 № 407);

- Приказ Министерства культуры и туризма Калужской области от 31.10.2014 № 420 «О реализации постановления Правительства Калужской области от 29.10.2014 № 634 «Об утверждении Положения о порядке предоставления субсидий на развитие материально-технической базы субъектам аграрного туризма в рамках государственной программы Калужской области «Развитие туризма в Калужской области»;

- Приказ Министерства культуры и туризма Калужской области от 08 сентября 2015 г. № 524 «О внесении изменений в приказ министерства культуры и туризма Калужской области от 06.11.2014 № 431 «О создании комиссии по предоставлению субсидий областного бюджета субъектам аграрного туризма в части субсидирования затрат на развитие материально-технической базы». Субсидии предоставляются Министерством культуры и туризма Калужской области (далее — министерство) в целях финансовой поддержки субъектов сельского туризма и достижение целевых и контрольных показателей, определенных государственной программой (ГП).

Право на получение субсидий имеют субъекты сельского туризма, предоставляющие комплекс туристско-экскурсионных услуг (далее — Получатели):

- крестьянские (фермерские) хозяйства

- сельскохозяйственные потребительские кооперативы, зарегистрированные и осуществляющие деятельность на территории Калужской области;



— иные хозяйствующие субъекты (в том числе сельскохозяйственные товаропроизводители), зарегистрированные и осуществляющие деятельность на территории Калужской области.

Субсидии предоставляются получателям при соблюдении следующих условий:

- наличие у получателя в сведениях об экономической деятельности кода по одному или нескольким видам экономической деятельности (классифицируемым в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности, утвержденным постановлением Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии от 06.11.2011 №454-ст «О принятии и введении в действие ОКВЭД» (в ред. изменений №2/2011 ОКВЭД, утв. приказом Росстандарта от 17.06.2011 № 134-ст, № 3/2011 ОКВЭД, утв. приказом Росстандарта от 14.12.2011 № 1517-ст, №4/2014), а именно:

а) 55. Деятельность гостиниц и ресторанов (55.1-деятельность гостиниц, 55.11 - деятельность гостиниц с ресторанами, 55.12 - деятельность гостиниц без ресторанов, 55.2- деятельность прочих мест для временного проживания);

б) 63.3. Деятельность туристических агентств;

в) 92.72. Прочая деятельность по организации отдыха и развлечений, не включенная в другие группировки;

- отсутствие у получателя задолженности по налогам, сборам и другим обязательным платежам в бюджеты всех уровней и в государственные внебюджетные фонды;

- отсутствие у получателя просроченной задолженности по денежным обязательствам перед Калужской областью;

- получатель не находится в процессе ликвидации, а также в отношении получателя не возбуждены процедуры в рамках Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)».

Субсидии предоставляются Получателям в пределах средств, предусмотренных в областном бюджете Калужской области на текущий финансовый год министерству культуры и туризма Калужской области (далее - министерство) на указанные цели по коду бюджетной классификации.

Для получения субсидий Получатели предоставляют в министерство следующие документы:

- заявление на получение субсидии в текущем финансовом году по форме, утвержденной министерством;

- справка - расчет на получение субсидий по форме, утвержденной министерством;

- выписка из Единого государственного реестра юридических лиц, Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей, полученная не ранее чем за один месяц до дня предоставления заявления;

- копия документа, подтверждающего полномочия руководителя получателя или иного лица, действующего от имени получателя;

- копия свидетельства о государственной регистрации права на объект аграрного туризма, используемый для оказания комплекса туристско-экскурсионных услуг (за исключением вновь созданных);

- копии документов, подтверждающих факт осуществления затрат, связанных с понесенными в текущем финансовом году расходами, подлежащими к возмещению, по направлениям, предусмотренным пунктом 7 настоящего Положения, по перечню, утверждаемому министерством;

- документ, подтверждающий отсутствие недоимки по налогам, сборам и другим обязательным платежам в бюджеты всех уровней, выданный соответствующим налоговым органом Калужской области;

- документы, подтверждающие отсутствие недоимки по страховым взносам в государственные внебюджетные фонды, заверенные руководителями органов соответствующих фондов;

- документ, подтверждающий отсутствие просроченной задолженности по денежным обязательствам перед Калужской областью, выданный соответствующим финансовым органом Калужской области;

- справка получателя о том, что он не находится в процессе ликвидации и что в отношении него не возбуждены процедуры в рамках Федерального закона "О несостоятельности (банкротстве)".

Копии документов, представление которых необходимо в соответствии с настоящим Положением, должны быть заверены подписью и (или) печатью получателя.

Получатель имеет право на получение субсидии по одному или двум направлениям, но не более одного раза в год по одному и тому же направлению.

Субсидии предоставляются получателям на возмещение расходов, произведенных в текущем финансовом году, по следующим направлениям:

- на компенсацию части затрат на подрядные работы, связанные со строительством, реконструкцией, ремонтом и обустройством объектов аграрного туризма (жилых помещений), используемых для оказания комплекса туристско-экскурсионных услуг;

- на компенсацию части затрат на подрядные работы, связанные со строительством, реконструкцией, ремонтом и обустройством недвижимого имущества объектов аграрного туризма (кроме жилых помещений), используемых для оказания комплекса туристско-экскурсионных услуг;

- на компенсацию части затрат на подрядные работы, связанные с развитием инженерной инфраструктуры объектов аграрного туризма, включая подключение газопровода, водопровода, канализации и электрических сетей;

- на компенсацию части затрат на приобретение оборудования, инвентаря и других объектов движимого имущества, используемых для оказания комплекса туристско-экскурсионных услуг, по перечню, утвержденному приказом министерства.

Расчет объема причитающихся субсидий на соответствующие направления осуществляется исходя из ставок субсидий согласно приложению к вышеназванному Положению.

В случае превышения заявленной к возмещению суммы затрат над суммой плановых бюджетных ассигнований субсидии получателям распределяются пропорционально подлежащим к возмещению заявкам.

За период 2010-2014 гг. субсидии получили 70 субъектов аграрного туризма на общую сумму 13,568 млн. рублей, документально подтвердив свои инвестиции в объеме 78,5 млн. рублей. Начиная с 2011 года каждый 3-й субъект сельского туризма в области, получил государственную поддержку в виде субсидий на развитие материально-технической базы.

Знание правовых основ деятельности субъектов сельского туризма поможет избежать многих непредсказуемых ошибок в организации и продвижении нелегкого туристического бизнеса. Удачи Вам!

## 2. Экономические основы развития сельского туризма

### 2.1. Организационно-экономические предпосылки формирования рынка сельского туризма



Основной целью развития агротуризма на селе является улучшение условий жизни местного населения. Развитие сельского туризма должно стимулировать развитие местной экономики путем формирования малых экономических оборотов местных ресурсов.

Сельский туризм является наиболее перспективным направлением туризма, особенно в период кризиса.

Создание ассоциаций сельского и агротуристического бизнеса является одним из эффективных рычагов развития сельского туризма. Они должны решать задачи защиты интересов и агротуристических фирм; стандартизации и сертификации услуг в сфере сельского туризма; поддержания стандарта качества туруслуг, а значит, и конкурентоспособности сектора сельского туризма как в регионе, так и в целом Российской Федерации: обучения фермеров иностранным языкам, кулинарии, интернет-технологиям и т. д. Агротехнические услуги необходимо реализовать главным образом через Интернет, здесь ключевым моментом является перевод аграрно-туристического продукта в электронно-информационную форму и создание интерактивных баз данных об агротехнических хозяйствах, формирование интернет-каталогов, создание интерактивных карт агротуристических хозяйств. Отпуск на крестьянском дворе или в кемпинге — дешевая альтернатива, которой охотно пользуются, в первую очередь, многодетные семьи, чьи доходы особенно ограничены.

Развитию сельского туризма способствует не только формирование соответствующей социальной базы, но и экономические предпосылки. На данном этапе развития сельского хозяйства туризм является спасательным кругом, он ведет к сокращению безработицы в сельской местности, к востребованности сельхозпродуктов.

### 2.2. Подходы к развитию сельского туризма

- Профилирование территории и сохранение внешнего облика сельской местности и традиций.
- Поддержка развития туризма на селе через программы развития территорий (создание фондов поддержки малого и среднего бизнеса).
- Создание качественного туристского продукта с учетом охраны окружающей среды.
- Учет интересов местного населения.
- Кооперация между всеми участниками процесса развития.
- Межрегиональное и межотраслевое сотрудничество.

Развитие сельского туризма является частью внутренних источников инвестиций для развития сельскохозяйственного производства и поддержания жизни в сельской местности, так как доход, получаемый от предоставления услуг туристам, является дополнительным источником к основному виду деятельности, а впоследствии может стать и основным.

Сельский туризм может рассматриваться как важнейшая, носящая комплексный характер, «точка роста» местного населения. Среди них можно выделить:

- *Экономический аспект*
  - источник дохода, рабочих мест для сельского населения в ситуации кризиса аграрного сектора и деградации сельских регионов;
  - встраивание в новый динамично развивающийся сектор туристической индустрии, предполагающий применение информационных технологий, современную организацию работы отрасли (производство и сбыт конкурентоспособного туристического продукта), предполагает качественное развитие таких факторов производства, как трудовые ресурсы и технологии применительно к конкретной территории;
  - повышение рыночной стоимости земли и недвижимости на данной территории, качественное улучшение инфраструктуры, жилищного и гостиничного фонда (собственных домов и личных подворий в случае микрогостиниц);
  - использование преимущественно незатратных ресурсов, прежде всего природного, социокультурного и исторического наследия.
- *Микроэкономический аспект* — вклад в улучшение собственного дома и усадьбы — повышение их рыночной стоимости.
- *Социокультурный аспект*
  - взаимодействие села с жителями крупных городов и мегаполисов (эффект культурного и психологического взаимообогащения при общении) в неконкурентной ситуации (в отличие от ситуации дачник — местный житель);
  - «взаимоотношения хозяин — гость» и востребованность предложения хозяев предполагают повышение самооценки жителей провинции, внимание к собственным корням, признание ценности местной культурной специфики;
  - повышение сознательности, личной ответственности, деловой дисциплины (соблюдение условий договора и т. д.);
  - мягкая адаптация социокультурной среды территории к действующим глобальным тенденциям (ритм жизни, требования современных технологий, производственной культуры).
- *Этнокультурный аспект*
  - активизация ресурсов, поиск интересных для внешнего мира элементов национальной культуры, бытовых

традиций, кулинарии, производственных навыков и т. п.;

- пропаганда национальных культурных традиций, улучшение имиджа территории во внешней среде;
- этнокультурный обмен, расширение кругозора.

- *Личностный аспект*

— развитие личности, прежде всего, принимающих: необходимость приобретать новые знания, навыки, повышать квалификацию, осваивать новые технологии (например, банковский кредит, интернет-общение, технологии турбизнеса и т. д.);

— повышение самооценки личности: сознание самостоятельности, опора на собственные силы, ресурсы собственного хозяйства.

Для достижения основной цели развития сельского туризма необходима реализация следующих экономических задач:

- увеличение экономической роли сельского туризма;
- обеспечение участия области в системе межрегионального разделения труда как центра сельского туризма;
- содействие привлечению иностранных и национальных инвесторов в развитие сельского туризма;
- повышение экономической эффективности использования и охраны имеющихся в сельской местности культурно-исторических, рекреационных и бальнеологических ресурсов;
- внедрение в систему управления сельским туризмом экономических методов стимулирования развития средств размещения туристов, развития исконных промыслов и ремесел в сельских районах (налогово-возвратных схем, льготных тарифов, путем предоставления льготных кредитов, внедрения программы частичной компенсации процентов по кредитам, создания регионального экономического фонда развития сельского туризма в рамках программы поддержки развития предпринимательства);
- создание (при долевым финансировании государства и частных инвестиций) интегрированной системы информационной поддержки сельского туризма, обеспечивающей предоставление субъектам туристской деятельности эффективных маркетинговых услуг по продвижению их предложений;
- поддержка создания в сельских районах современных средств размещения туристов;
- поддержка программ сельского туризма для зимнего сезона с целью обеспечения занятости населения.

Сельский туризм способен лучше удовлетворять пожелания двух сторон. То есть решить главную проблему села: снизить уровень безработицы и предоставить здоровый отдых уставшему горожанину.

Благодаря этому виду туризма сельские жители получают дополнительный источник дохода, который положительно отразится на уровне их благосостояния. Эти доходы могут быть направлены на реконструкцию старых построек и создание новых туристских объектов, сохранение и использование культурного, исторического и природного наследия и местных традиций территории.

В настоящее время развитие сельского туризма должно стать одной из основных задач. Природные условия позволяют это. Главное — налаживать дружеские связи, отношения с людьми, организациями, которые будут работать в партнерстве.

## 2.3. Ценообразование в туристском бизнесе

### Цена: общее понятие

Ценообразование и ценовая конкуренция признается некоторыми экспертами как важнейшая проблема, которая стоит перед хозяевами, организаторами отдыха в селе. При организации отдыха в сельской местности ценообразование является наименее понятным, и даже в условиях неурегулированного рынка ценообразования поддается контролю. Изменение цен на отдых, услуги часто проводится владельцами жилищ без надлежащего анализа. Наиболее типичные ошибки в ценообразовании связаны с чрезвычайно большой ориентацией на расходы, а также с тем, что цены не пересматриваются с целью их коррекции в соответствии с рыночными изменениями. Плохими являются также те цены, которые не учитывают другие составляющие (кроме расходов), а также те цены, которые недостаточно изменяются для того, чтобы дифференцировать разные виды услуг и сегментов рынка. Установление ошибочно заниженной цены за предоставленные услуги может привести к неудаче во всем бизнесе, даже тогда, когда все другие его элементы при организации отдыха в сельской местности функционируют нормально.

Понимание цены является очень важным для владельцев жилищ -организаторов отдыха в сельской местности. Тот, кто просит очень много, теряет потенциальных клиентов. Тот, кто берет мало, может оставить свое предприятие (свой бизнес) без достаточного дохода, чтобы должным образом осуществить свою деятельность, и, в конечном счете, будет вынужден закрыть свое дело. Почему? Здания стареют, ковры вытираются, загрязняются, а окрашенные поверхности необходимо опять красить. Владелец жилища, который не получает достаточный доход, чтобы должным образом осуществлять свою деятельность, в конечном счете будет вынужден оставить свой бизнес. Так же, как и первый, который, оставшись без отдыхающих, обанкротится.

### Стратегии ценовой регуляции

1. *Скидки.* Хозяевам жилищ необходимо иметь специальные цены для привлечения тех отдыхающих, которые могут купить большое количество койко-мест. В этих случаях владельцы жилищ могут предлагать специальные цены или обеспечивать не платное предоставление ночевки или другие виды услуг для организаторов такого отдыха. Сезонные скидки — снижение цены для тех отдыхающих, которые прибыли к вам не в сезон. Такие скидки позволяют удерживать относительно стойкий спрос в течение целого года.

2. *Дискриминационное ценообразование.* Эта стратегия базируется на характеристиках ценовой эластичности спроса. Например, владельцы сельских жилищ могут предоставлять сниженные цены пенсионерам, детям дошкольного возраста или на услуги с учетом местоположения продажи.

3. *Психологическое ценообразование.* Психологическое ценообразование задает не только экономическую суть цен (соотношение цены и качества), но и психологию цен. Престижный имидж может быть создан благодаря продаже услуг по высоким ценам. Другой аспект психологического ценообразования — «рекомендательные цены». Это

такой уровень цен, который сложился в подсознании покупателя. Отдыхающий сравнивает цену, которая ему запомнилась, с той, которую вы предлагаете. При формировании цены на отдельные виды услуг для отдыха необходимо также помнить, что потребители имеют привычку округлять цены.

### **Основные методы установления цен**

Когда владелец жилища выбирает уровень цены, ему необходимо определиться с основными методами ее установления.

Существуют следующие методы:

- 1) на основе расходов,
- 2) на основе отношения клиента,
- 3) метод подражания лидеру.

1. *Ценообразование на основе расходов* — самый простой метод установления цены — «расходы плюс прибыль», которая означает добавление стандартной надбавки к расходам. Этот метод редко используется владельцами жилищ, поскольку не все владельцы проводят тщательный учет расходов, связанных с деятельностью для отдыха. Метод, который ориентируется на расходы производства, — ценообразования по целевой прибыли. Это метод, с помощью которого владелец жилища стремится определить цену, при которой будет достигнуто баланс доходов и расходов. Например, вы получили ссуду в размере 20 тысяч рублей, которую вам необходимо вернуть через год. Тогда вы планируете свою деятельность так, чтобы вы могли получить доход и вовремя вернуть ссуду.

2. *Ценообразование на основе отношения покупателя к цене*. Количество владельцев жилищ, которые используют этот метод ценообразования, постоянно растет. Ценообразование на восприятии покупателем ценностей услуг используется в качестве ключевой основы определения уровня цены, не на основе расходов владельца жилища, а на основе восприятия цены покупателем.

Что необходимо учитывать при установлении цен.

На уровень цены влияют как внутренние, так и внешние факторы. Внутренние факторы включают цель владельца жилища и его стратегию. Внешние факторы включают характер рынка и спроса, степень конкуренции, другие условия внешней среды.

#### *Внутренние факторы*

Перед установлением цены владелец жилища должен выбрать общую стратегию для своих услуг. В таком случае цену можно установить более точно. Например, если вы установили для себя, что хотите быть элитным, роскошным хозяйством, цены за предоставленные услуги будут выше, чем у вашего соседа. Если вы ориентируетесь на обслуживание отдыхающих, которые склонны к экономным расходам, ваши цены будут ниже. Чем точнее предприниматель определится с целью, тем проще ему будет установить цену.

1. *Выживание*. Когда прибыльность бизнеса падает, владельцы жилищ стремятся к выживанию. Пытаясь выдержать спад посетителей, они снижают цены на свои услуги.

2. *Максимизация краткосрочной прибыли*. Многие владельцы жилищ хотят установить такую цену, которая максимизирует текущую прибыль. Например, если бизнес для отдыха в будущем вас не будет интересовать, вам нужны деньги теперь для приобретения автомобиля или учебы ваших детей, тогда для достижения этой цели вы можете согласиться даже на определенные неудобства для себя.

3. *Максимизация рыночной частицы*. Некоторые владельцы жилищ, решая проблемы ценообразования, хотят занять лидирующее положение на рынке. Они считают, что те владельцы жилищ, которые имеют большую долю на рынке, в конечном итоге будут иметь низкие расходы и высокую прибыль в долгосрочной перспективе. Например, вы хотите быть лидером в предоставлении услуг для отдыха в своем районе, поэтому при предоставлении еще одной комнаты (этажа) отдыхающим, вы устанавливаете низкие цены.

Такая цена создает вам имидж. Увеличивается спрос. Но ваша ориентация на низкие цены может быть изменена, если вы предложите услуги высшего качества, чем у ваших конкурентов.

4. *Лидерство по делу обеспечения высокого качества услуг*. При таких условиях для владельцев жилищ имеют место большие расходы. Например, вы решили предоставлять услуги с высоким уровнем сервиса. Для этого вам необходимо произвести капитальный ремонт жилища, приобрести новую современную мебель, соответственно обустроить ванную комнату, туалет, двор (место для отдыха, устройство костров, мангалов, теннисных столов или других спортивных сооружений, детских площадок). Вы потратили средства на изучение иностранных языков. Или вы решили предоставить вашему жилищу типичного стиля, характерного для вашего района.


#### *Внешние факторы*

1. *Характер рынка и спроса*. Владелец жилища всегда согласовывает уровень цен с уровнем доходов, которые такие цены должны обеспечить. Таким образом, предварительно он должен выяснить, какие существуют цены на аналогичные услуги. Например, если в населенном пункте планируется организовать мировой чемпионат ориентирования в лесу летом, можно предусмотреть большой наплыв людей, которые захотят наблюдать за ним. А, следовательно, они будут нуждаться в местах для ночевки, поскольку в населенном пункте, наверное, не функционируют базы с большим количеством дешевых номеров и потому будет привлечен частный жилищный сектор. Сопутствующая продажа и продажа по повышенным ценам. Такое поведение является достаточно успешным и эффективным. Вы можете предложить вашим клиентам на продажу не только продукты питания из собственного огорода, но и другие повседневные товары (возможно, даже по повышенным ценам), в частности — чай, кофе, шоколад или даже полотенца для ванны и тому подобное. Для отдыхающего будет проще купить у вас, чем везти из дома.

2. *Анализ взаимосвязи цены и спроса*. Каждая цена, которую устанавливает владелец жилища, ведет к разному уровню спроса. В нормальном случае спрос и цена связана, обратно пропорциональной зависимостью — чем выше цена, тем меньше спрос — тем меньше отдыхающих. Но на практике не всегда так бывает. Случай может значительно повлиять как на цену, так и на численность отдыхающих. Она может расти и при росте цены. Тогда можно говорить о неценовых факторах влияния (мода, популярность), экономический кризис (отказ от дорогих гостиниц в интересах дешевых частных жилищ).

## 3. Организация и технология обслуживания в сфере сельского туризма

### 3.1. Кто может организовывать гостевые дома

любом агротуризма как вида предпринимательской деятельности является то, что он не ориентирован на одновременное привлечение крупных кредитов. Он способен развиваться постепенно, опираясь на раздробленные местные средства, привлекая небольшие инвестиции из самых разных источников.

Как и всякая экономическая деятельность, работа в сфере сельского туризма связана с юридическим оформлением. Необходимо зарегистрироваться в установленном законодательством порядке, получить соответствующие лицензии. Соблюдение норм по охране труда, противопожарных требований, санитарных и экологических норм являются обязательными. В случае изменений в архитектуре и плане застройки при переоборудовании или строительстве помещений для туристов необходимо согласование с районной администрацией. Все эти нормы и ограничения зачастую являются серьезным препятствием для работы частных лиц, а ведь именно частные предприниматели, как показывают опыт европейских стран, стимулируют развитие и процветание сельского туризма.

В Российской Федерации услуги гостевых домов могут предоставлять граждане, имеющие в своем владении жилые площади, пригодные для кратковременного размещения и питания гостей. Целесообразно осуществлять этот вид деятельности по совместительству с основной работой из-за сезонного спроса на услуги размещения. Участие граждан в системе услуг гостевых домов приносит дополнительный доход. Такая деятельность особенно эффективна для граждан, имеющих дачные участки, когда они полностью могут предоставить свою жилую площадь для гостей, проживая при этом на даче. В этом случае гостевой дом из категории «проживание в семье» переходит в категорию «апартаменты».

Предоставление свободных жилых помещений гостям практически не препятствует основному роду деятельности хозяев, так как для клиента важно лишь получить комнату и завтрак. Эти услуги могут обеспечить в течение дня члены семьи, имеющие свободное время, либо утром или вечером члены семьи, работающие вне дома. Если владелец гостевого дома планирует отлучаться из дома, гостю следует предоставить дополнительные ключи.

Если излишки жилой площади — единственный источник дохода, необходимо уделять значительное внимание профессиональному продвижению своих услуг на туристский рынок, заниматься целенаправленным поиском клиентов. В любом случае необходима регистрация этого вида деятельности в налоговой инспекции по месту нахождения жилого помещения, предназначенного под гостевую дом.

Для занятия хозяйством гостевого дома целесообразно получить статус индивидуального предпринимателя без образования юридического лица, так как нет необходимости иметь обособленный баланс, расчетный счет, главного бухгалтера, кассира. Создание общества с ограниченной ответственностью, акционерного общества и т. п., для занятия предпринимательской деятельностью по гостевым домам неэффективно из-за малых объемов дохода, сезонности прибытия клиентов, необходимости вести налоговую отчетность.

Зарегистрироваться как индивидуальный предприниматель без образования юридического лица может кто-то из совершеннолетних членов семьи, желательно один из совладельцев жилья. Он будет юридически отвечать перед налоговой инспекцией за финансовые результаты своей деятельности и регулярно предоставлять отчетность по доходам и уплате налогов, а также нести ответственность за санитарные и противопожарные условия проживания и питания гостей.

### 3.2. Требования и рекомендации к средствам размещения

Общие требования и рекомендации отражены в Национальном стандарте Российской Федерации ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» (утв. и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 18 декабря 2008 г. № 518-ст. (далее — Стандарт).

#### *Общие требования к средствам размещения*

Средства размещения подразделяют на коллективные и индивидуальные.

К *коллективным средствам размещения* относят: гостиницы, апарт-отели, сюит-отели, мотели, молодежные гостиницы (хостелы), курортные отели, кемпинги, базы отдыха, туристические базы, рекреационные центры (центры отдыха), туристские деревни (деревни отдыха), прогулочные корабли, детские оздоровительные лагеря.

К *индивидуальным средствам размещения* относят: гостевые комнаты, шале, бунгало, стационарные фургоны.

Средства размещения должны соответствовать требованиям стандарта.

Средства размещения должны соответствовать требованиям, установленным соответствующими отраслевыми (ведомственными) нормами и правилами.

Средства размещения должны иметь удобные подъезды для автомобиля и/или автобуса с необходимыми дорожными знаками, вымощенные пешеходные дорожки.

Территория, прилегающая к средствам размещения, должна быть благоустроена, освещена в вечернее время; должна иметь площадку с твердым покрытием для кратковременной парковки автотранспорта\* и необходимые справочно-информационные указатели.

В средствах размещения должно быть:

- предусмотрено хранение багажа проживающих;
- организовано предоставление медицинских услуг (вызов «Скорой помощи»).

Обслуживающий персонал, оказывающий услуги средств размещения, должен обладать квалификацией,

соответствующей выполняемой работе.

Персонал должен создавать атмосферу гостеприимства, проявлять доброжелательность и вежливость.

Средства размещения должны быть оснащены и оборудованы:

- освещением в жилых и общественных помещениях — естественным и/или искусственным, в коридорах и на лестницах — круглосуточно\*\*;
- холодным и горячим водоснабжением и канализацией; в районах с перебоями водоснабжения необходимо обеспечить минимальный запас воды не менее, чем на сутки и подогрев воды\*\*;
- отоплением, поддерживающим температуру воздуха в жилых помещениях не ниже 18,5 °С;
- системой вентиляции (естественной или принудительной), обеспечивающей циркуляцию воздуха и исключающей проникновение посторонних запахов в жилые помещения\*\*;
- бутилированной питьевой водой (бесплатно) — в районах, где отсутствует гарантия качества питьевой воды;
- телефонной связью\*\*;
- пассажирским лифтом в здании высотой более пяти этажей\*\*.

Минимальная площадь жилой комнаты\*\* 8 должна быть в одноместных номерах — не менее 9 м<sup>2</sup>; в двухместных и многоместных номерах в расчете на одного проживающего:

- в средствах размещения круглогодичного функционирования — не менее 6,0 м<sup>2</sup>,
- в средствах размещения сезонного функционирования — не менее 4,5 м<sup>2</sup>.

В жилой комнате средства размещения должны быть в наличии:

- освещение от потолочного (настенного) или напольного светильника;
- прикроватный светильник;
- выключатели освещения у входа в номер и у изголовья кровати\*;
- фонарь карманный электрический;
- радиоприемник (при отсутствии телевизора) \*;
- кровать/кроватьи;
- комплект постельных принадлежностей и белья на одного человека: матрац с намотасником, две подушки, одеяло, дополнительное одеяло, покрывало на кровать, простыня, пододеяльник, наволочки;
- прикроватный коврик у каждой кровати при отсутствии ковров или коврового покрытия;
- прикроватная тумбочка (столик) у каждого спального места;
- шкаф с полками\*\* (допускается встроенный) с вешалкой и плечиками (зажимами для брюк и юбок), не менее пяти шт./место;
- вешалка для верхней одежды и головных уборов (допускается наличие вешалки для верхней одежды в шкафу, разделенном на две части);
- стулья: не менее одного на проживающего;
- плотные занавеси (или жалюзи), обеспечивающие затемнение помещения;
- зеркало в прихожей и/или в комнате;
- щетки: для одежды и обуви;
- ключ для открывания бутылок;
- графин (необязателен при наличии посуды для мини-бара или бутилированной воды), стаканы;
- пепельница(ы) — кроме номеров для некурящих;
- информационные материалы\*;
- противопожарная инструкция;
- инструкция для проживающих о действиях в случае пожара и в экстремальных условиях, характерных для данной местности (оползни в горах, землетрясения и т. п.).

Инвентарь и предметы санитарно-гигиенического оснащения номера:

- полный санузел (умывальник, унитаз, ванна или душ) *или*
- неполный санузел (умывальник, унитаз или полный санузел на две-пять жилых спальных комнат, заселяемых по отдельности) *или*
- умывальник;
- полотенцедержатель, крючки для одежды;
- полотенца, в том числе банное (на каждого проживающего) — не менее двух;
- корзина для мусора.

Оборудование и оснащение санузла в номере должно включать:

при наличии ванны и/или душа:

- занавес (кроме душевых кабин, угловых ванн или джакузи);
- коврик (махровый) для каждого проживающего;

при наличии унитаза:

- крышку для унитаза;
- щетку для унитаза (в футляре);
- держатель для туалетной бумаги;
- туалетную бумагу;

при наличии умывальника:

- зеркало над умывальником;
- полка для туалетных принадлежностей или туалетный стол;
- туалетное мыло (замена по мере использования) или диспенсер с жидким мылом.

#### **Санитарные объекты общего пользования**

При отсутствии санузла в номере средства размещения должен быть оборудован туалет общего пользования (из расчета один на 20 человек, проживающих в номерах без туалета, но не менее двух на этаже).

При отсутствии ванны/душа в номере средства размещения должна быть оборудована ванная или душевая комната общего пользования из расчета одна на двадцать человек, проживающих в номерах без ванны или душа.

Оборудование туалетов общего пользования: туалетные кабинки, умывальник с зеркалом, туалетный стол,

электророзетка, туалетная бумага, диспенсер с жидким мылом, махровые или бумажные полотенца (или электрополотенце), крючки для одежды, корзина для мусора.

Оборудование ванн/душевых комнат общего пользования: ванны, душевые кабины, туалетная кабина, умывальник с зеркалом, туалетный стол, крючки для одежды, корзина для мусора.

#### ***Дополнительные требования к коллективным средствам размещения и предоставляемым в них услугам***

К коллективным средствам размещения предъявляются следующие дополнительные требования:

- освещаемая или светящаяся вывеска;
- аварийное освещение (аккумуляторы, фонари);
- круглосуточная работа лифта (при наличии);
- все номера должны быть обеспечены телефонной связью из номера (допускается без выхода за пределы средства размещения) или кнопкой вызова обслуживающего персонала;

— помещения общего пользования должны иметь мебель и другое оборудование, соответствующее функциональному назначению помещения;

- наличие туалетов вблизи помещений общего пользования

(Оборудование туалетов: туалетные кабины, умывальник с зеркалом, туалетный стол, электророзетка, туалетная бумага, диспенсер с жидким мылом, бумажные полотенца/электрополотенце, крючки для одежды, корзина для мусора);

— отдельное помещение или его часть для просмотра телепередач/видеофильмов (при наличии номеров без телевизора);

- гардероб/вешалки в холле и в помещениях общего пользования.

#### ***Требования к услугам, предоставляемым в коллективных средствах размещения***

К услугам, предоставляемым в коллективных средствах размещения, предъявляются следующие требования:

- служба приема и размещения — круглосуточный прием с зоной для отдыха и ожидания с соответствующей мебелью (кресла, диваны, стулья, журнальные столики), с газетами, журналами;
- вручение корреспонденции гостям;
- утренняя побудка (по просьбе);
- ежедневная уборка номера горничной, включая заправку постелей;
- смена постельного белья не реже одного раза в пять дней; смена полотенец не реже одного раза в три дня;
- предоставление утюга, гладильной доски;
- хранение ценностей в индивидуальных сейфах в номерах и/или в сейфовых ячейках в службе приема;
- письменные стандарты качества работы персонала, содержащие функциональные обязанности и установленные правила работы.

#### ***Требования к услугам, предоставляемым в индивидуальных средствах размещения***

В индивидуальных средствах размещения предоставляют следующие услуги:

- уборка жилой комнаты (включая заправку постели) к каждому заезду;
- смена постельного белья — не менее одного раза в пять дней, смена полотенец — не менее одного раза в три дня (или предоставление сменного комплекта постельного белья и полотенец).

Ассортимент услуг может быть дополнен.

#### ***Требования безопасности***

В средствах размещения должны быть обеспечены безопасность жизни и здоровья проживающих, сохранность их имущества.

Средства размещения должны быть расположены в благоприятных экологических условиях.

Средства размещения должны соответствовать требованиям пожарной безопасности\*.

В средствах размещения должны соблюдаться санитарно-гигиенические и противозoonиологические правила и нормы\*\*.

Питьевая вода должна быть безопасна в эпидемиологическом отношении, безвредна по химическому составу. При отсутствии гарантии качества питьевой воды следует обеспечить наличие бутилированной чистой питьевой воды.

Обслуживающий персонал средств размещения должен быть подготовлен к действиям в чрезвычайных обстоятельствах.

При функционировании средств размещения и оказании ими услуг не должно быть вредных воздействий на окружающую среду.

#### ***Дополнительные услуги***

Кроме стандартных услуг проживания и питания, остальные услуги, предоставляемые клиентам в средствах размещения, относятся к категории дополнительных, которые необходимы для повышения конкурентоспособности и т. п. Качественный и количественный состав дополнительных услуг определяется владельцами гостевых домов самостоятельно в зависимости от текущего спроса со стороны клиентов.

#### ***Преодоление конфликтов и проблемных ситуаций***

В туристском или гостиничном бизнесе могут возникать конфликтные или околоконфликтные ситуации. Туристы — это, прежде всего, потребители, которые платят, чтобы получить приятное, максимально комфортное, интересное и неутомительное времяпрепровождение. Различают около- конфликтные и конфликтные ситуации.

*Околоконфликтные ситуации* в основном порождаются существенным различием между ожиданиями туриста и его конкретными впечатлениями, полученными от поездки и проживания. Например, стоимость услуг гостевого дома показалась туристу чересчур завышенной при отсутствии необходимых бытовых и санитарно-гигиенических условий (нет горячей воды, холодный туалет во дворе и т. п.). В этом случае владелец гостевого дома должен разумно подходить к вопросу ценообразования и соблюдения паритета гостевого дома «цена-качество». В большинстве случаев опытные владельцы не допускают проявления околоконфликтных ситуаций, а в случае возникновения таковых стараются решить проблемную ситуацию путем переговоров или уступок за свой счет, так как небольшая уступка одному привередливому

клиенту не принесет больших убытков хозяйству гостевого дома.

В большинстве случаев конфликты связаны с так называемыми «трудными» клиентами, к которым обычно относят чрезмерно требовательных гостей. Однако в практике гостевых домов конфликтные ситуации случаются реже, чем в гостиницах, поскольку владельцы средств размещения относятся к гостям очень внимательно.

Необходимо помнить, что хозяйство — это не отдельный субъект туристской индустрии — оно, как любая другая гостиница или ресторан, находится в тесном взаимодействии с турагентами и туроператорами, которые также отвечают по своим обязательствам. Поддержание репутации хорошего и надежного партнера — залог процветания бизнеса владельца гостевого дома.

Сельский туризм способствует развитию сопутствующих видов деятельности в регионе: производству и торговле сувенирной продукцией, налаживанию коммуникаций и т. д. Благодаря сельскому туризму появляется дополнительный стимул для развития инфраструктуры, повышения доступности региона (строительство дорог, повышение качества услуг связи и т. д.). Немаловажным является и факт увеличения инвестиционной активности в связи с расширением рекламы региона. Возникают новые источники для прямого финансирования заповедников, национальных парков, для расширения спонсорства и налоговых поступлений. На региональном уровне создаются предпосылки для организации новых рабочих мест и получения дополнительных доходов в бюджет, решается проблема занятости населения и закрепления молодежи на селе.

### 3.3. Организация отдыха и развлечений в сельской местности

Одной из основных проблем, возникающих у людей, желающих развивать сельский туризм, является отсутствие необходимых навыков и знаний в этой области деятельности. Сельским туризмом начинают заниматься, как правило, сельские жители, которые до этого были заняты в сельскохозяйственном производстве. Зачастую им приходится осваивать новый для себя вид деятельности, связанный со сферой услуг.

Отдых на селе — новое направление, находящееся в стадии становления и позволяющее горожанам активно провести время на свежем воздухе.

Выходные, праздники, каникулы, отпуск всей семьей или в компании друзей хорошо провести на лоне удивительно девственной природы, с разнообразной развлекательной программой. Можно снять напряжение в настоящей русской бане, на берегу реки половить рыбу, заняться несложными хозяйственными работами, совершить конные прогулки, покататься на велосипеде, ознакомиться с окрестностями. Вечером посидеть у камина или у костра, попеть караоке, поучаствовать в конкурсе бардовской песни или народных танцев, а ночью можно предпочесть сеновал, пройти не навязчивый курс фитотерапии, подложив под голову подушку из мяты, хмеля или ромашки. Можно поселиться в деревянном летнем домике, палатке, трейлере или в доме хозяина, познакомиться с жизнью села, его традициями, угощением, фольклором. Деревня органично сплетается с лесом, рекой, лугом, полем, и здесь можно найти спокойное местечко и любителям тишины, и любителям активного отдыха.

Местные празднества считаются одной из больших статей расхода для местного бюджета. Но с включением их в развлекательные программы для туристов они становятся одними из наиболее востребованных зрелищ во время пребывания туристов в данном населенном пункте. Поэтому большинство разработчиков туристических маршрутов готовы поддержать эти мероприятия из собственных фондов.

Озера и другие водные ресурсы вместе с прилегающими территориями используются для рыбной ловли, отдыха, солнечных ванн и т. д.

Есть два основных вида организации такого отдыха горожан своего региона и жителей других местностей или иностранных туристов путем:

1) сдачи внаем небольших домиков или квартир, или комнат в небольших сельских отелях или коттеджах, устроенных в живописных местностях;

2) организации проживания отдыхающих на ферме в сельском доме непосредственно в семье. Это позволяет гостям ближе войти в стиль деревенской жизни, познакомиться с новыми людьми, узнать интересные обычаи, принять посильное участие в хозяйственных работах, питаться за одним столом и др. Разумеется, это создает определенные неудобства и хлопоты хозяевам, не всегда гости бывают достаточно коммуникабельны, но это действие приносит в дом необходимые деньги и некоторое разнообразие в рутину фермерского бытия.

Для гостей специально выделяются одна или несколько комнат, они надлежаще убираются, предоставляется постельное белье и необходимые вещи, питание.

Кроме всего прочего, такой вид отдыха при участии организаторов туризма приносит государству доход в виде налогов и сокращения наличного оборота.

Первый вопрос, который наиболее часто можно услышать: «Зачем ехать в сельскую местность, ведь многие имеют дачу?» Частично можно согласиться с тем, что дачи будут создавать определенную конкуренцию развитию сельского туризма, но только частичную.

Во-первых, многие знают о большой проблеме сохранения дачных домов в целости и сохранности, так как воровство и поджоги не являются редкостью. Люди, у которых нет дачи, в данном случае имеют альтернативу: постоянно волноваться о своем имуществе или спокойно жить и работать в городе и при этом каждый раз выбирать новые места отдыха в сельской местности.

Во-вторых, сельский туризм дает возможность отдохнуть от домашнего быта женской части семьи и получить новые впечатления детям.

В-третьих, он позволяет получить смену обстановки за небольшие для семьи деньги, так как стоимость такого проживания будет ниже, чем в гостинице. При этом все знают о нехватке гостиниц и плачевном состоянии в маленьких городах, с их минимальным комфортом и максимальными ценами.

В-четвертых, сегодня на российском рынке туризма растет интерес к внутреннему туризму и имеется конкретный спрос на аренду на летний период домов в сельской местности.



Потребителями сельского туризма или целевой группой в России могут быть:

1. Семьи с детьми.
2. Пожилые люди.
3. Пожилые люди с внуками.
4. Компании молодых людей.
5. Люди, любящие спорт (при наличии соответствующих услуг для занятий спортом, такие как верховая езда, прокат лыж и т. д.).

По словам сотрудников загородных гостиниц и баз отдыха, уставшие от жизни в мегаполисах москвичи и петербуржцы с удовольствием приезжают к ним на выходные — «отоспаться», «отдышаться», попариться в бане. Приезжают в течение всего года. Летом основной контингент отдыхающих — семьи с детьми, которые останавливаются на более длительные сроки. Аргументов для такого выбора немало. Для многих взрослых и детей по медицинским показаниям предпочтительнее не менять климатическую зону. Базы отдыха, как правило, располагаются на берегу водоемов, а наличие оборудованных пляжей создает отличные возможности для купания. Относительно небольшие расстояния позволяют главе семьи, отправившему семью на летний отдых, навещать их каждые выходные.

По мнению ряда экспертов, загородные отели и базы отдыха могли бы стать для людей альтернативой дачного отдыха. Сейчас многие столичные жители активно интересуются покупкой загородного жилья. Но поддержание дома в нормальном состоянии требует и времени и сил и определенных затрат, к тому же владельцы должны платить налог на землю. Обслуживание семьи во время пребывания на даче заставляет хозяйку не отдыхать, а трудиться. Если стоимость аренды домика на загородной базе в течение длительного срока станет в России адекватной зарплатам большинства населения, подобно тому как это происходит в западных странах, возможно, многие откажутся от содержания дач в пользу пребывания во время отпуска и в выходные дни в загородных домах отдыха.

Отдельная категория гостей — охотники и рыболовы. Базы сотрудничают с соседними охотхозяйствами, имеют собственных егерей. Клиентам предоставляется необходимое оборудование и транспорт, сопровождающие охотники и рыболовы способствуют загрузке объектов в межсезонье. Был бы хороший участок земли рядом с водоемом.

Если приличной дороги нет, владельцы отеля часто строят ее сами. Дело, конечно, не дешевое, но необходимое. Оптимальный способ размещения гостей на базах — индивидуальные домики — коттеджи.

Арендую такой домик, гость, с одной стороны, получает возможность достаточно уединенного, обособленного от других проживания одному, с семьей или друзьями. В то же время он имеет доступ к инфраструктуре базы и общественным зонам, получает услуги горничной, сервис.

Сегодня основными мотивами для выбора такого вида отдыха можно определить следующие:

— Отсутствие средств для отдыха на дорогом фешенебельном курорте. В общем случае априори можно утверждать, что проживание в деревне будет значительно дешевле, чем в курортной зоне или модном туристском центре. Этот мотив является часто преобладающим при выборе данного вида отдыха;

— Устоявшийся образ жизни в сельской местности у определенной категории людей независимо от достатка средств, например, в силу семейных или иных традиций;

— Необходимость оздоровления в данных климатических условиях, рекомендованных врачом;

— Близость к природе и возможность большое время проводить на свежем воздухе в лесу, на озере и др.;

— Возможность питаться экологически чистыми и дешевыми продуктами;

— Реальная возможность приобщиться к сельскохозяйственным работам в свое удовольствие;

— Насущная необходимость в спокойной размеренной обстановке жизни;

— Возможность приобщения к другой культуре и обычаям, участия в местных праздниках и развлечениях, общения с людьми иной общественной формации.

Таким образом, мотивация деревенского отдыха — единение с природой, чистый воздух, экологически чистые продукты питания, смена обстановки, меньшее количество людей, отсутствие скученности населения, иной образ, распорядок и культура жизни, возможность участия в сельскохозяйственных работах и садоводстве, уход за животными, участие в сборе даров природы (ягод и грибов) и, разумеется, что немаловажно, дешевизна отдыха. Это — кардинальная смена обстановки, позволяющая снять стресс, накопившийся за год работы в напряженных городских условиях, получить свою пайку здоровья и психологическую разгрузку.

Население сельской местности, включая фермеров, имеющее пустующие дома, комнаты или этажи в собственных домах предоставляет их с минимальной меблировкой и наличием хозяйственных средств (посуды, постельного белья, полотенца и т. д.) для аренды от двух дней до нескольких месяцев. Для создания более радужного приема хозяева могут предложить дополнительные услуги гостям: организация развлекательных мероприятий (баня, совместное хождение на шашлык, по ягоды и грибы, рыбалка, охота, верховая езда и т. д.); привлечение гостя для помощи в простых сельскохозяйственных работах, таких как, например, кормление животных, сбор урожая ягод или овощей, не исключено оказание помощи по присмотру за детьми гостей и т. д.

Что ждут туристы от сельского туризма?

- Спокойствия и размеренности сельской жизни,
- чистого воздуха, сельской тишины и натуральных продуктов,
- комфорта условий проживания,
- домашней атмосферы,
- приемлемых цен,
- ощущения близости с природой,
- получения новых впечатлений,
- возможности развлечений для детей и проведения досуга для взрослых.

Важно отметить, что сельский туризм — это не только проживание туриста в сельском доме, но и функционирование целой инфраструктуры сельского туризма, которая включает хорошее транспортное сообщение между населенными пунктами, места проведения досуга, наличие служб, оказывающих различные услуги по предоставлению информации и обслуживанию, маленькие ресторанчики, кафе и трактиры. При этом каждый гость, а в сельском туризме туриста называют «гостем», должен постоянно ощущать домашний комфорт и повышенное

персональное внимание. Главное в обслуживании туриста — гостеприимство, выраженное в дружелюбии, сердечности, искреннем желании хозяина организовать отпуск гостей в своем доме.

Качество обслуживания принимающей стороны состоит во внимании и удовлетворении потребностей туриста.

Тем не менее, для того чтобы гость оценил сельское гостеприимство, одного лишь богатства природных ресурсов недостаточно. Хозяева должны приложить усилия, осваивая культуру быта, соблюдая тишину, поддерживая чистоту в доме и на прилегающей территории, создавая комфортные условия для проживания и санузлом. С прихожей для организации полноценного досуга необходимы дополнительные услуги: баня, походы за грибами и ягодами, рыбалка, охота, верховая езда, уход за животными, национальная кухня и т. д.

Задача владельца объекта размещения — обеспечить такой уровень услуг, на какой он только способен. Если владелец сумел превзойти ожидания гостя, то гость будет возвращаться снова и снова.

#### **Советы по гостеприимству владельцам гостевых домов**

- Отдыхающий должен чувствовать себя легко и непринужденно, как дома.
- Обслуживать отдыхающего как особого гостя и предоставить ему чуть больше услужливости, чем может быть необходимо.

- Знать свой район, предлагая дополнительную информацию о местной продукции и ремеслах, культурных достопримечательностях, местных преданиях и событиях.

- Показать жизнь в деревне.

- Гордиться своим домом, старыми постройками, домашними животными, семьей.

Лучший способ строительства в нашем климате давно придумали предки. Это традиционная русская изба-пятистенка. Домики для гостей бывают разных видов. В стандартных располагаются два номера, устроенные по принципу гостиничных (правда, достаточно больших) номеров, с комнатой для проживания и санузлом. С прихожей или без нее. Каждый из «номеров» имеет отдельный вход, свою летнюю веранду или придомовую территорию с местом для барбекю. Домики более высокого класса имеют номера с вместительной гостиной и спальней. Домики люкс, похожие на богатую русскую купеческую избу, рассчитаны на большую семью или целую компанию. В такой избе — несколько спален со своими санузлами, большая гостиная, кухня, часто имеется сауна. Отличительная черта российских туристов — любовь к путешествиям компаниями, поэтому многокомнатные коттеджи пользуются повышенным спросом.

Обязательный элемент — традиционная русская баня, сауны. Спа-салоны — логичное дополнение загородного объекта размещения, уместно предлагать оздоровительные программы, основанные на традиционных русских методиках, использовании различных трав и растений, которыми славится наша земля.

Специалисты считают, что организованная по всем правилам русская баня является настоящей изюминкой отечественного варианта спа-терапии. Оздоровительные программы, и программы «красоты», которые могут быть рассчитаны на 3, 7, 10 дней — дополнительная возможность привлечь клиентов. Заниматься собственным здоровьем и внешним видом, отдыхая душой среди великолепия природы, — заманчивое предложение.

Другой способ организации загородных объектов размещения - реконструкция территорий бывших пионерских лагерей и домов отдыха. Жаль, конечно, что огромная инфраструктура детского отдыха, существовавшая при советской власти, сейчас полностью уничтожена. Но все же лучше, когда полуразрушенные комплексы корпусов и хозяйственных построек, расположенные в удачных местах, получают нового хозяина.

Третью категорию загородных объектов размещения составляют санатории, дома и базы отдыха, имеющие давнюю историю. Комплексы, руководство которых вовремя занялось их реорганизацией в соответствии с современными стандартами и потребностями гостей, сохранили и даже повысили свою популярность. Интересная история только добавляет им привлекательности.

Калужская область имеет большое количество исторических и культурных памятников архитектуры.

Природно-климатические условия позволяют создать качественные условия для отдыха в сельской местности.

Наиболее предпочтительное время отдыха для большинства — лето. На втором месте — зима. Зимой предпочитают отдыхать в сельской местности в основном те, кто из видов отдыха любит охоту и рыбалку.

К народным промыслам и технологиям производства сельскохозяйственной продукции (наблюдение за процессами в фермерском хозяйстве) интерес весьма незначительный.

Исходя из этого, можно сделать следующие выводы:

- Потенциальные потребители услуг сельского туризма среди горожан имеются в достаточном количестве.

- Они готовы платить приемлемую цену за предоставляемые им услуги.

- Их интересуют традиционные виды сельского отдыха.

- У большинства потребителей услуг требования к комфортабельности проживания являются приемлемыми.

- В потребности услуг сельского туризма наблюдается сильно выраженная сезонность.

Таким образом, предоставление услуг агротуризма может стать для жителей Калужской области дополнительным источником доходов. Данные услуги могут быть представлены в нескольких вариантах, в зависимости от величины вложений на первоначальном этапе.

#### **Вариант 1. «Тур выходного дня»**

*Описание.* Сельчанин на два выходных дня (двое суток) предоставляет услуги по проживанию как основной пакет услуг. Дополнительно предоставляет услуги по организации рыбной ловли, баню, организует «пикник», прогулку по лесу, осмотр местных достопримечательностей и т. п. Причем дополнительные услуги предоставляются за отдельную плату, по договоренности.

Для привлечения клиентов можно разместить объявление в сети Интернет, направить соответствующие предложения нескольким туристическим агентствам. Размещение туристов будет проводиться на имеющихся жилых площадях. Размер дохода при таком варианте не будет значительным, а на первоначальном этапе — особенно. В дальнейшем все будет зависеть от качества отдыха у конкретного человека и от интенсивности рекламы «от клиента к клиенту».

**Вариант 2. «Спокойный деревенский отдых без изысков и городских благ, но со всеми необходимыми удобствами для жизни»**

*Описание.* Сельчанин предоставляет услуги по проживанию на срок от 5 до 10 дней. Набор дополнительных услуг может быть таким же, как в первом варианте. Однако данный вариант потребует больших затрат. Необходимо организовать проживание «гостей» в отдельном помещении, потребуются дополнительные затраты на рекламу, на оборудование (например, рыболовные снасти). Во-первых, потому, что к длительному отдыху клиенты будут предъявлять более высокие требования, особенно касающиеся комфортабельности проживания. Во-вторых, сельчанину необходимо получать доход с осуществленных затрат, для чего потребуется интенсивное привлечение туристов.

**Вариант 3. «Отдых на деревенской усадьбе»**

*Описание.* Сельчанин предоставляет туристам услуги по проживанию и питанию в специально предназначенном для этого здании (например, стилизованный сельский дом — «усадьба»). Кроме того, организует специальные развлекательные мероприятия в зависимости от специализации своего хозяйства: конные прогулки, рыбалка на специально зарыбленном пруду, демонстрация процессов сельскохозяйственного производства (сбор меда, стрижка овец, уход за животными, производство творога, сыра и т. д.), ознакомление с традиционными народными промыслами, организация экскурсий для осмотра местных достопримечательностей.

Это наиболее затратный вариант, который подразумевает, по сути, организацию частного гостиничного комплекса на базе фермерского хозяйства. При использовании данного варианта доход от услуг сельского туризма становится одним из основных, а может быть, и основным.

## 4. Маркетинг в сельском туризме

Главный вопрос — как привлечь туристов?

Дело за эффективным менеджментом и маркетингом в сельском туризме. Необходимо писать бизнес-план, важная часть которого — маркетинговое исследование. Начните не просто с изучения — с поиска достопримечательностей своего района. И сразу найдете партнеров по бизнесу.

Во-первых, нужна некая «фишка», благодаря которой ваше предложение вызовет интерес. Это может быть райской красоты природа, изобилие рыбы в речке или озере и грибов в лесу, сохранившиеся традиции (например, в деревне по-прежнему пекут в печи хлеб, ткнут полотна на самодельных станках и почитают прочие народные ремесла). Заманчивы и местные вековые легенды: романтиков-экстремалов заинтересуют древние предания о несметных кладах, бурных событиях времен царей и князей, привидениях и т. д.

Во-вторых, вы должны позаботиться об условиях жизни. Речь не идет о строительстве коттеджа с сауной — оставим это в планах на будущее, когда вы освоитесь с ролью хозяина-бизнесмена, войдете во вкус и, заработав денег, начнете совершенствовать и расширять свой бизнес. А для начала следует, как минимум, привести в порядок «базу отдыха» (дом, чердак, сеновал, баню, туалет). Экзотика экзотикой, но в неопрятной развалюхе не захочет жить даже экстремал. Оборудовать уютную беседку и место для шашлыков — это тоже несложно и недорого. Договоритесь с соседями — у кого можно будет купить молоко, свежие яйца, мед, взять напрокат лодку или лошадь. В Литве, например, где сельский туризм процветает, большинство хозяев, принимающих туристов, именно таким образом кооперируются с соседями — вести большое хозяйство и одновременно предоставлять качественный сервис гостям довольно трудно. Зато благодаря одному бизнесмену, может зарабатывать вся деревня — и все останутся довольны.

Знание правил приема гостей, их нужд и потребностей и умение их удовлетворить как можно быстрее и лучше становится необходимым каждому владельцу сельского гостевого дома. Такие знания дает маркетинг.

*Маркетинг* — вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена. В данном случае это обмен услугами по размещению в сельском доме за деньги.

Существует три ключевых понятия маркетинга: нужда, потребность и запрос.

У многих сельчан туристический бизнес начинался с того, что великолепно отдохнувшие гости рекомендовали радушных хозяев своим друзьям и знакомым. Словом, «рекламным инструментом» была народная молва. Но, учитывая возрастающую конкуренцию, все-таки лучше прибегнуть к рекламе настоящей — не покуситься на объявления в газетах, как это делается во всем мире.

Для организации сельского туризма главам субъекта аграрного туризма 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.

При осуществлении рекламной политики необходимо первоначально провести следующие мероприятия:

1. Установка рекламных щитов с указанием предоставляемых услуг и расположением предприятия. Установка щитов на трассе для привлечения автотуристов.

2. Проведение презентаций с банкетом для ознакомления с объектом и предоставляемыми услугами на территории хозяйства для руководителей турагентств, работающих в данном регионе и представителям турагентств других регионов.

3. Выпуск визиток и рекламных буклетов с размещением их в пансионатах, гостиницах, туристических выставках для привлечения организованных и неорганизованных туристов. Это первый этап рекламной политики хозяйства, дальнейшие мероприятия разрабатываются по мере необходимости при осуществлении производственной деятельности и учете ошибок, допущенных в начале производственной деятельности.

Продвижение услуг средств размещения на рынке предусматривает поиск определенной потребительской ниши. В идеале это должно быть не простое предоставление питания и ночлега, а комплекс услуг, привлекающих туристов (включая рекреационную привлекательность местности). Каждое хозяйство средств размещения должно быть конкурентоспособно, а это достигается его специфическими особенностями, уникальностью. Нахождение и продвижение таких особенностей на туристский рынок — сложная задача, включающая элементы науки и искусства. Владельцы средств размещения должны искать и находить свои эксклюзивные формы привлечения клиентов. В этом залог их успеха.

Прежде всего, необходимо определиться со своими потенциальными клиентами. Для этого надо ответить на вопросы: кто они (школьники, студенты, соотечественники, иностранцы), каков их социальный статус и, следовательно, платежеспособность? Будут ли это транзитные путешественники или туристы, ориентированные на выполнение экологических туров? Владелец средства размещения должен изучить потенциальные возможности своей территории, выяснить возможности посещения особо охраняемых территорий, рыбной ловли, сбора дикоросов.

Эффективное продвижение услуг средства размещения заключается в том, чтобы потенциальный клиент сделал выбор в пользу именно этого, а не иного средства размещения, затратив на это минимум времени и энергии. Для клиентов большое значение имеет хорошая доступность (в основном транспортная, реже пешая) той или иной гостиницы. Если средство размещения располагается на удалении от остановки общественного транспорта или от магистральной дороги, следует позаботиться о доставке туристов непосредственно к месту проживания. Большую

помощь в этом вопросе могут оказать партнеры по бизнесу — туроператоры и турагенты, с которыми следует заключить соответствующий договор.

Немаловажное значение для привлечения и удержания клиентов в средстве размещения имеют многочисленные имиджевые факторы. В целом они определяют атмосферу дома, его уют. Имеет значение радушие хозяев, интерьер и неагрессивная окраска внутренних помещений, порядок во дворе, чистота жилища и особенно подсобных помещений.

Еще один фактор успеха — постоянство обслуживания.

Фактор постоянства относится и к ценовой политике средства размещения. Крайне нежелательно менять расценки на обслуживание в середине сезона. Это создает значительные трудности в работе туроператора, который может реализовать туры заблаговременно.

Маркетингу в сельском туризме способствуют:

- Создание и развитие инфраструктуры сельского туризма;
- Разработка и внедрение системы классификации жилья, используемого для развития сельского туризма.

## 5. Управление качеством в сельском туризме



Особенная проблема, которую невозможно решить мгновенно, — качество туристического обслуживания. Потребители услуг хорошо оценивают внешность персонала, современность интерьера усадеб, вежливость предоставления информации и культуру обслуживания. Эти критерии определяют приоритеты контакта хозяина средства размещения сельского туризма и потребителя услуги. Кроме того, потребителям услуг важнее функциональное, а не техническое качество.

Основные направления улучшения качества услуг сельского туризма:

- необходимость разработки системы оценки качества услуг;
- организация учебы персонала в области улучшения качества услуг;
- разработка и внедрение системы управления качеством услуг.

При формировании системы управления качеством в сельском туризме необходимо руководствоваться следующими принципами:

- 1) для обеспечения высокого технического качества обслуживания необходимо разработать правила обслуживания, которые предусматривали бы систематическое обучение занятого в обслуживании персонала и обеспечили необходимый уровень обслуживания туристов;
- 2) дифференциация услуг сельского туризма должна зависеть от понимания нужд потребителя и попытки удовлетворить их посредством индивидуального подхода и с максимальной тщательностью;
- 3) главной задачей обеспечения качества услуги является удовлетворение или превышение ожиданий потребителей;
- 4) оценка качества услуг должна основываться на критериях потребителей;
- 5) задача сельского туризма — оправдывать ожидания потребителей, а не пытаться превзойти их ожидания, которые могут достичь трудно выполняемого уровня;
- 6) операционный менеджмент должен подразделять каждую услугу на ряд последовательных действий, где каждое из них вносит свой вклад в составные части процесса удовлетворения требований потребителей;
- 7) потребители судят о качестве по выходным данным, задача сельского туризма заключается в том, чтобы идентифицировать и ликвидировать недостатки, как значительные препятствия к предоставлению качественной услуги;
- 8) в субъекте сельского туризма необходимо создать систему поощрения и заинтересованности служащих в предоставлении качественных услуг во время личного общения с потребителями;
- 9) соответствующее качество услуг способствует появлению «лояльных» потребителей с целью обеспечения контактов и роста доходов субъекта сельского туризма;
- 10) основной и самой важной формой контроля является учет приверженности и удовлетворенности нужд потребителя.

Субъекты сельского туризма должны не только гарантировать качество услуг и способность обеспечить удовлетворение требований потребителей, но и отражать потребность субъекта сельского туризма в создании системы постоянно повышающегося уровня качества.

Разработка и внедрение системы управления качеством услуг в субъекте сельского туризма должна зависеть от ее собственных потребностей и целей, оказываемых услуг, процессов и сложившейся на практике работы. Хотя представленная на рис. 6 схема модели управления качеством услуг сельского туризма и не отражает все процессы в деталях, все требования к системе управления качеством по достижению соответствия каждой услуги сельского туризма могут быть размещены внутри этой модели. Модель представляет протекающие процессы в системе управления качеством услуг и их взаимосвязи.

Данная модель управления качеством услуг сельского туризма (представляет собой кругооборот, включающий ожидания и потребности потребителей, ответственность руководства и систему ценностей субъекта сельского туризма, управление процессами системы качества) позволяет достичь удовлетворенности нужд потребителя. Цель политики в области качества — соответствие потребностей субъекта сельского туризма и потребителей ее услуг; включение обязательств по удовлетворению потребностей и постоянному улучшению; обеспечение основы для разработки и анализа целей в области качества.

Для субъекта сельского туризма необходимо создать свою систему ценностей. Культуру необходимо сформировать так, чтобы она поощряла

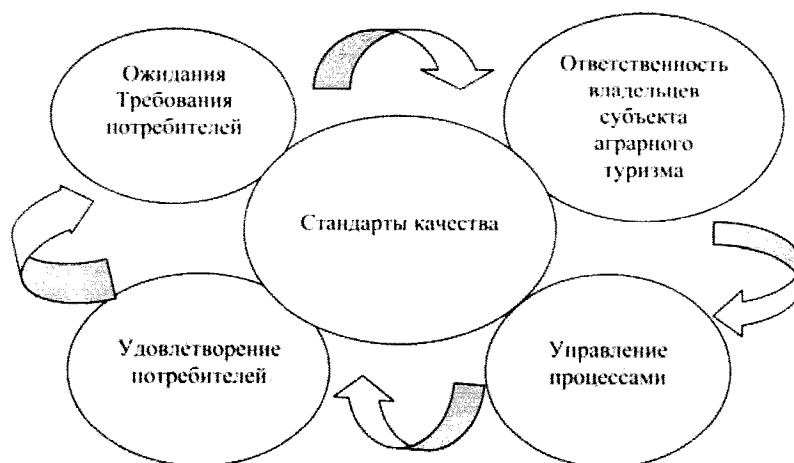


Рис. 6. Модель управления качеством услуг сельского туризма

весь персонал в предоставлении качественной услуги во время личного общения персонала с потребителями. В тех организациях, где присутствует культура, достигается наивысший уровень истинной автономии, создаются условия для поощрения инициативности персонала, желания проявить себя и предлагать нововведения.

Одна из основных предпосылок успешного развития сельского туризма — удовлетворение потребностей и ожиданий потребителей. Для этого необходимо улучшать качество предоставляемых услуг, так как оно стимулирует лояльность потребителей, способствует привлечению потенциальных отдыхающих, удовлетворенности персонала и созданию позитивного имиджа на рынке. Однако предприниматели сельского туризма недостаточно уделяют внимания обеспечению разнообразия услуг и их качеству.

Предлагаются следующие основные направления улучшения качества услуг сельского туризма:

- 1) разработка системы оценки качества услуг;
- 2) организация учебы персонала в области улучшения качества услуг;

Предлагаемая модель управления качеством услуг сельского туризма представляет процессы, протекающие в системе управления качеством услуг и их взаимосвязи. Предпринимателям сельского туризма рекомендуется разработать политику качества, которая должна коррелировать с их собственными потребностями и целями, оказываемыми услугами, процессами и сложившейся практикой.

Для каждого субъекта сельского туризма необходимо создать свою систему ценностей, трансформируемую в ее культуру. Культуру необходимо сформировать так, чтобы она поощряла весь персонал к предоставлению качественного образа услуги во время личного общения персонала с потребителями.

## 6. Основные информационные ресурсы



Информационной основой для работы послужили следующие источники:

— Документы федерального, регионального и муниципального стратегического планирования: стратегические планы, стратегические программы, отдельные проекты на уровне региона, муниципалитетов, а также бизнес-проекты в области агротуризма и др.

— Мониторинг опубликованных в сети Интернет и средствах массовой информации сведений о развитии мирового и российского сектора агротуризма.

### *Перечень основных используемых информационных ресурсов*

1. Конституция РФ.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 13.07.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.09.2015) (принят ГД ФС РФ 17.07.1998).
3. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.11.2012) (принят ГД ФС РФ 04.10.1996).
4. Распоряжение Правительства РФ от 19.07.2010 № 1230-р «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2016 годы)».
5. Постановление Правительства РФ от 18.07.2007 N 452 (ред. от 17.10.2014) "Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта".
6. Федеральный закон от 30.12.2009 N 384-ФЗ (ред. от 02.07.2013) "Технический регламент о безопасности зданий и сооружений" (принят ГД ФС РФ 23.12.2009).
7. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 13.07.2015) "О защите прав потребителей"
8. Письмо Роспотребнадзора от 06.07.2010 № 01/9963-0-32 «О защите прав потребителей в сфере туризма».
9. Постановление Правительства РФ от 09.02.2007 N 90 (ред. от 20.01.2015) "Об утверждении примерного концессионного соглашения в отношении объектов культуры, спорта, организации отдыха граждан и туризма и иных объектов социально-культурного назначения".
10. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 51185  
2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» (утв. и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 18 декабря 2008 г. № 518-ст).
11. Постановление Правительства РФ от 14.07.2007 N 446 (ред. от 23.04.2012) "О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008 - 2012 годы".
12. Федеральный закон от 30.12.2009 N 384-ФЗ (ред. от 02.07.2013) "Технический регламент о безопасности зданий и сооружений".
13. Федеральный закон от 30.03.1999 № 52-ФЗ (ред. от 28.09.2010) «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» (принят ГД ФС РФ 12.03.1999).
14. Федеральный закон от 30.03.1999 N 52-ФЗ (ред. от 13.07.2015) "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения" (с изм. и доп., вступ. в силу с 24.07.2015).
15. 15. Постановление Правительства Калужской области от 31.12.2013 №767 «Об утверждении государственной программы Калужской области «Развитие туризма в Калужской области».
16. Постановление Правительства Калужской области от 29.10.2014 г. № 634 «Об утверждении Положения о порядке предоставления субсидий на развитие материально-технической базы субъектам аграрного туризма в рамках государственной программы Калужской области «Развитие туризма в Калужской области» (в ред. Постановления Правительства Калужской области от 23.07.2015 № 407);
17. Приказ Министерства культуры и туризма Калужской области от 31.10.2014 № 420 «О реализации постановления Правительства Калужской области от 29.10.2014 № 634 «Об утверждении Положения о порядке предоставления субсидий на развитие материально-технической базы субъектам аграрного туризма в рамках государственной программы Калужской области «Развитие туризма в Калужской области»;
18. Приказ Министерства культуры и туризма Калужской области от 08 сентября 2015 г. № 524 «О внесении изменений в приказ министерства культуры и туризма Калужской области от 06.11.2014 № 431 « О создании комиссии по предоставлению субсидий областного бюджета субъектам аграрного туризма в части субсидирования затрат на развитие материально- технической базы».
19. 24Использовались данные портала органа власти Калужской области [www.admoblkaluga.ru](http://www.admoblkaluga.ru)
20. Информация сайта Ассоциации содействия развитию сельского туризма: [www.agritourism.ru](http://www.agritourism.ru)
21. Использовались данные Правового ресурса «Консультант-плюс»: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
22. Материалы, предоставленные министерством культуры и туризма Калужской области.
23. Иные информационные ресурсы Интернета, касающиеся аграрного туризма.



## 7. Глоссарий



**туризм** - временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее

— лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.

**Туристская деятельность** — туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий.

**Туризм внутренний** — туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации.

**Туризм выездной** — туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну

**Туризм въездной** — туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации.

**Туризм международный** — туризм выездной или въездной.

**Туризм социальный** — туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей.

**Туризм самодельный** — туризм, организуемый туристами самостоятельно.

**Турист** — лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания.

**Туристские ресурсы** — природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил.

**Туристская индустрия** — совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников.

**Туристский продукт** — комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

**Туроператорская деятельность** — деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (далее — туроператор).

**Турагентская деятельность** — деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (далее — турагент).

**Заказчик туристского продукта** — турист или иное лицо, заказывающее туристский продукт от имени туриста, в том числе законный представитель несовершеннолетнего туриста.

**Формирование туристского продукта** — деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие).

**Продвижение туристского продукта** — комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое).

**Реализация туристского продукта** — деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором.

**Экскурсант** — лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика.

**Туристская путевка** — документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчетности.

**Сельский туризм** — вид туризма, который предполагает временное пребывание туристов в сельской местности с целью отдыха и (или) участия в сельскохозяйственных работах с обязательным условием: средства размещения туристов, индивидуальные или специализированные, должны находиться в сельской местности или в малых городах без промышленной и многоэтажной застройки.

**Субъекты сельского (аграрного) туризма** — это следующие субъекты, предоставляющие комплекс туристско-экскурсионных услуг:

— крестьянские (фермерские) хозяйства, зарегистрированные и осуществляющие деятельность на территории Калужской области в соответствии с Федеральным законом «О крестьянском (фермерском) хозяйстве»;

— граждане, ведущие личные подсобные хозяйства и осуществляющие деятельность на территории Калужской области в соответствии с Федеральным законом «О личном подсобном хозяйстве»;

— сельскохозяйственные потребительские кооперативы, зарегистрированные и осуществляющие деятельность

на территории Калужской области в соответствии с Федеральным законом «О сельскохозяйственной кооперации»;

— иные хозяйствующие субъекты, зарегистрированные и осуществляющие деятельность на территории Калужской области, предоставляющие комплекс туристско-экскурсионных услуг в сфере аграрного туризма.

**Средство размещения** — помещение, используемое организациями различных организационно-правовых форм и индивидуальными предпринимателями для предоставления услуг размещения.

**Коллективные средства размещения** — помещения, имеющие не менее пяти номеров и используемые организациями различных организационно-правовых форм и индивидуальными предпринимателями для предоставления услуг размещения.

**Гостиницы** — предприятия, предоставляющие услуги размещения и в большинстве случаев услуги питания, имеющие службу приема, а также оборудование для оказания дополнительных услуг.

**Апартотели** — гостиницы, номерной фонд которых состоит из номеров категории студия и/или апартамент.

**Сюит-отели** — гостиницы, номерной фонд которых состоит из номеров высшей категории: сюит, апартамент, люкс, джуниор сюит, студия.

**Мотели** — гостиницы с автостоянками, предоставляющие услуги для размещения автомобилистов.

**Молодежные гостиницы (хостелы)** — предприятия, предоставляющие услуги размещения и питания, управление которыми осуществляется некоммерческой организацией. Проживание — в многоместных номерах, питание — с ограниченным выбором блюд и/или наличие оборудования для самостоятельного приготовления пищи, предоставление дополнительных услуг, включая развлекательные и образовательные программы, в основном для молодежи.

**Курортные отели** — средства размещения, расположенные на курорте и оказывающие на собственной базе в качестве дополнительных услуги оздоровительного характера с использованием природных факторов (например, морской или минеральной воды), в том числе для предоставления процедур на их основе.

*Примечание.* Процедуры оздоровительного характера могут быть оказаны в отдельно стоящем здании.

**Кемпинги** — ограниченные территории с санитарными объектами, на которых располагаются шале, бунгало, палатки, стационарные фургоны, а также оборудованные площадки для размещения палаток, автодомов и пр. В кемпингах к услугам проживающих могут быть предоставлены рестораны, магазины, спортивные и развлекательные сооружения, однако вышеперечисленные услуги не являются обязательными.

*Примечание.* Палатка — тканевое укрытие, разбираемое и складывающееся для удобства транспортировки. Автодом — автотранспортное средство с двигателем, со спальным/спальными местом/местами и кухонным оборудованием.

**Базы отдыха (туристические базы), рекреационные центры (центры отдыха), туристские деревни (деревни отдыха)** — предприятия, предлагающие в основном размещение в шале, бунгало или в стационарных фургонах, а также возможности и соответствующее оборудование для занятий спортом и развлечений, рестораны и магазины.

*Примечание.* Отличие базы отдыха от кемпинга заключается в том, что в кемпинге имеются оборудованные площадки, на которых можно установить палатку или автодом туриста, приехавшего на собственном транспортном средстве и не желающего пользоваться услугами средства размещения.

**Прогулочные корабли** — плавучие средства, предназначенные для круизов по рекам и каналам, предлагающие услуги размещения и кухонное оборудование.

*Примечание.* Прогулочные корабли часто используются для проведения корпоративных мероприятий.

**Детские оздоровительные лагеря** — предприятия, предоставляющие услуги размещения для детей, приезжающих для отдыха и оздоровления.

**Индивидуальные средства размещения** — средства размещения общей площадью спальных помещений не более 500 кв. м, используемые организациями различных организационно-правовых форм и индивидуальными предпринимателями для предоставления услуг размещения.

**Гостевые комнаты** — комнаты в частных домах, в которых предоставляются услуги размещения, в большинстве случаев с завтраком.

**Гостевой дом** — строение, возведенное на участке, предоставленном под жилищное строительство или объектов рекреационного назначения в установленном порядке, предназначенное для проживания одной семьи и размещения отдыхающих не более 30 человек и с количеством номеров не более 15.

**Шале, бунгало** — отдельные стоящие домики с кухонным оборудованием.

**Стационарные фургоны** — жилые дома-автоприцепы со спальным/спальными местом/местами и кухонным оборудованием, стационарно установленные в определенном месте. Дома-фургоны можно передвигать, обычно, находясь на территории кемпинга, они предназначены для сдачи в аренду на сезон отпусков, либо для продажи в собственность в качестве вторичного жилья (дачи).

*Примечание.* В отличие от автодома стационарный фургон — это автоприцеп, но не прицепленный к автотранспортному средству, а стационарно установленный на территории кемпинга.

**Номерной фонд** — общее количество номеров (мест) средств размещения.

**Номер в средстве размещения** — одна или несколько комнат с мебелью, оборудованием и инвентарем, необходимым для временного проживания.

**Сюит** — номер, состоящий из нескольких смежно-раздельных жилых комнат, включающий спальные места и отдельное/отдельные помещение/помещения для отдыха и/или работы.

*Примечание.* К этой категории относятся номера, состоящие из трех и более жилых комнат (гостиной/столовой/кабинета и спальни) и имеющие дополнительный гостевой туалет.

**Апартамент** — номер, состоящий из нескольких жилых комнат, включающий спальные места и отдельное помещение с кухонным уголком, предназначенное для приготовления пищи и отдыха.

*Примечание.* К этой категории относятся номера, состоящие из двух и более жилых комнат (гостиной/столовой и спальни), имеющие кухонное оборудование.

**Люкс** — номер, состоящий из двух и более жилых комнат.

**Джуниор сюит** — номер, имеющий помимо спального места дополнительную площадь для отдыха/работы.

*Примечание.* К этой категории относятся однокомнатные номера, рассчитанные для проживания одного/двух человек, с планировкой, позволяющей использовать часть помещения в качестве гостиной /столовой/кабинета.

**Студия** — номер, состоящий из одной комнаты с кухонным уголком.

**Одноместный номер** — номер со спальным местом на одного человека.

**Двухместный номер «дабл»** — номер, в котором возможно размещение двух человек на одной двуспальной кровати либо на двух односпальных кроватях, сдвинутых вместе.

*Примечание.* Двухместный номер «дабл» может быть использован для размещения одного человека либо супружеской пары.

**Двухместный номер «твин»** — номер, в котором возможно размещение двух человек на двух отдельно стоящих кроватях.

*Примечание.* Двухместный номер «твин» может быть использован для размещения двух человек, входящих в состав одной группы либо для размещения супружеской пары.

**Семейный номер** — номер, в котором возможно размещение трех и более человек, из которых, по крайней мере, двое взрослых.

*Примечание.* Семейный номер может быть использован для размещения семьи, состоящей из родителей с детьми либо детей с двумя взрослыми сопровождающими (няней, бабушкой, дедушкой, воспитателем и пр.).

**Многоместный номер** — номер со спальными местами на трех и более человек.

*Примечание.* Многоместный номер может быть использован для размещения трех и более человек, входящих в состав одной группы.

**Соединяющиеся номера** — номера со спальными местами, соединяющиеся между собой внутренними дверями.

**Дуплекс** — номер, состоящий из нескольких соединяющихся комнат, расположенных на разных этажах.

*Примечание.* К этой категории относятся номера, состоящие из двух и более комнат, расположенных на разных этажах и соединенных между собой внутренней лестницей.

**Кухонный уголок** — маленькая кухня, оборудованная в отдельном помещении или занимающая часть комнаты

**Исполнитель услуги средств размещения** — организация или индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги средств размещения на собственной или арендованной материальной базе.

**Классификация средств размещения, система классификации** — система, позволяющая проводить оценку стандартов качества средства размещения, а также его оснащения, оборудования и предоставляемых им услуг.

**Категория средств размещения** — категория в соответствии с «Системой классификации гостиниц и других средств размещения» от одной до пяти звезд\*.

**Нужда** — чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо, в данном случае отдыха в сельской местности. Если нужда не удовлетворена, человек чувствует себя обездоленным и несчастным. Неудовлетворенный человек делает одно из двух: или займется поиском объекта, способного удовлетворить нужду, или попытается заглушить ее.

**Потребность** — нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида. Потребность человека, уставшего от городского шума, фастфуда, стрессов — тишина, вкусная пища и свежий воздух в сельском доме. Потребности практически безграничны, а ресурсы для их удовлетворения ограничены. Поэтому человек выберет те товары, которые доставят ему наибольшее удовлетворение в рамках его финансовых возможностей.

**Запрос** — это потребность, подкрепленная покупательской способностью. Туристы готовы платить деньги за проживание в сельском доме и предоставлении дополнительных услуг.

## Заключение

**А**нализ условий и перспектив развития сельского туризма позволяет сформулировать выводы и обозначить наиболее острые проблемы, связанные с туризмом и рекреацией:

- богатый, уникальный туристско-рекреационный потенциал региона является определяющим фактором развития сельского туризма в регионе;
- сельский туризм — надежная возможность занятости и обеспечение рабочих мест населения, проживающих в сельской местности;
- сельский туризм стимулирует значительный рост числа туристских маршрутов в окрестностях традиционных мест отдыха, что способствует восстановлению памятников природы и культуры в этих районах;
- благодаря сельскому туризму многие местные населенные пункты на территории области обретают новую жизнь в качестве рекреационных центров;
- в самых популярных местах отдыха местные власти стимулируют организацию праздников, конкурсов, тематических дней, разнообразных мероприятий для детей, пешеходных, водных и конных прогулок, экскурсии;
- развитие сельского туризма положительно влияет на развитие предпринимательства в сфере туризма, поддерживая малый бизнес в этой области;
- рассматриваемое направление туризма способствует совершенствованию нормативно-правовой базы развития туризма и рекреации;
- отдых по типу «сельский туризм» позволяет получить смену обстановки за небольшие финансовые потери для семьи, так как стоимость такого проживания будет ниже, чем в гостинице, при этом все знают нехватку и плачевное состояние гостиниц в маленьких городах, с минимальным комфортом и максимальными ценами;
- кроме того, сегодня на российском рынке туризма растет интерес к внутреннему туризму и имеется конкретный спрос на аренду на летний период домов в сельской местности, включение городского жителя в нишу агротуризма.

Ожидаемые результаты развития сельского туризма:

- рост количества туристов, посещающих Калужскую область;
- рост количества усадеб, предоставляющих услуги сельского туризма;
- увеличение реализации на месте (в сельской местности) продукции личного крестьянского и фермерского хозяйств;
- повышение уровня занятости и самозанятости в сельской местности;
- рост числа предприятий малого бизнеса в сельской местности;
- рост доходов и повышение жизненного уровня сельских жителей при относительно небольших финансовых затратах;
- расширение ассортимента продукции приусадебного хозяйства;
- рост поступлений в местные бюджеты;
- сохранение местных достопримечательностей, местных обычаев, фольклора, народных промыслов;
- улучшение благоустройства усадеб и сел, развитие инженерной и социальной инфраструктуры;
- развитие сферы услуг за счет расширения ассортимента туристических услуг;
- рост деловой инициативы населения за счет собственных финансовых, имущественных, трудовых, интеллектуальных ресурсов поселения;
- совершенствование профессионального уровня владельцев усадеб в сельской местности.

Гостевые дома имеют возможность стать единственным средством размещения на перспективных и достаточно привлекательных, но пока не освоенных экотуристских территориях. Гостевые дома значительно повышают привлекательность рекреационных районов путем предоставления клиенту полного пакета услуг, при предоставлении которых не нарушается естественный баланс в окружающей среде.

Развитие сельского, экологического, природного туризма поможет частично решить социально-экономические проблемы сельского населения. Поэтому местные сообщества должны стремиться к той модели экономического развития, которая не наносит невосполнимого ущерба окружающей среде. Принимающий туризм, и сопутствующая инфраструктура в виде гостевых домов может содействовать устойчивому социально-экономическому развитию сельских районов.

В будущем владельцы гостевых домов, приобретя опыт работы с туристами, в партнерстве с туроператорскими компаниями, могут сами разрабатывать программы пребывания туристов и предлагать им полный пакет услуг на местах, что может значительно повысить доходы от эксплуатации гостевых домов. Полноценные сети гостевых домов потенциально могут дать развитие новым местным туристским направлениям, где сами владельцы гостевых домов будут выступать непосредственными организаторами туристских маршрутов, гидами и переводчиками.

## **Органы исполнительной власти, осуществляющие государственную поддержку и регулирование деятельности субъектов малого предпринимательства в Калужской области**

### **Областные органы исполнительной власти**

- Министерство культуры и туризма Калужской области  
248016, г. Калуга, ул. Пролетарская, 111, факс 71-92-52
- Инспекция государственного строительного надзора в Калужской области 248001, г. Калуга, ул. Плеханова, 45, тел./факс 74-93-00
- Министерство сельского хозяйства Калужской области — ГУ «Калужская областная племенная служба» г. Калуга, ул. Вилонова, 5, тел./факс 57-54-74
- Министерство здравоохранения Калужской области — лицензирование  
248016, г. Калуга, ул. Пролетарская, 111, тел./факс 71-90-02
- Министерство природных ресурсов Калужской области г. Калуга, ул. Плеханова, 45, тел./факс 59-10-37
- Министерство конкурентной политики и тарифов Калужской области — лицензирование г. Калуга, ул. Плеханова, 45, тел./факс 59-10-37
- Министерство экономического развития Калужской области 248600, г. Калуга, ул. Кутузова, 2/1, стр. 1, тел. 57-01-06, факс. 57-67-17
- Министерство экологии и благоустройства Калужской области 248018, г. Калуга, ул. Заводская, 57, тел./факс 71-99-55
- Министерство труда, занятости и кадровой политики Калужской области 248016, г. Калуга, ул. Пролетарская, 111, тел. 71-94-11
- Министерство финансов Калужской области 248000, г. Калуга, ул. Достоевского, 48, тел. 56-37-57

### **Налоговые инспекции Калужской области**

- Инспекция ФНС России по Московскому округу  
248000, г. Калуга, пер. Воскресенский, 28, 3 этаж, тел. 50-37-35
- Инспекция ФНС России по Ленинскому округу  
248000, г. Калуга, пер. Воскресенский, 28, 1 этаж, тел. 57-63-41
- Межрайонная инспекция ФНС России № 7  
248000, г. Калуга, пер. Воскресенский, 28, 4 этаж, тел. 72-42-09
- Межрайонная ИФНС России № 1 по Калужской области 249210, Калужская область, п. Бабынино, ул. Ленина, 23, приемная  
(484-48) 2-22-30, телефон справочной службы (484-48) 2-24-19
- Межрайонная ИФНС России № 2 по Калужской области 249833, Калужская область, г. Кондрово, ул. Советская, 8, приемная  
(484-34) 3-20-7,1 телефон справочной службы (484-34) 3-64-44
- Межрайонная ИФНС России № 4 по Калужской области 249440, Калужская область, г. Киров, ул. Пролетарская, 7а, приемная  
(484-56) 5-21-53, телефон справочной службы (484-56) 5-30-76
- Межрайонная ИФНС России № 3 по Калужской области 249096, Калужская область, г. Малоярославец, ул. Григория Соколова, 33, приемная (484-31) 3-13-00, телефон справочной службы (484-31) 2-41-43
- Межрайонная ИФНС России № 5 по Калужской области 249400, Калужская область, г. Людиново, ул. Ленина, 18, приемная  
(484-44) 6-29-07, телефон справочной службы (484-44) 6-88-52
- Межрайонная ИФНС России № 6 по Калужской области 249030, Калужская область, г. Обнинск, ул. Победы, 29, приемная  
(484-39) 3-78-11, телефон справочной службы (484-39) 6-30-56; 6-75-11

### **Туристско-информационный центр**

- Автономное учреждение Калужской области по туризму «Туристско-информационный центр «Калужский край»»  
г. Калуга, пл. Старый Торг, 5, тел. 79-55-28, факс 56-25-78, Web-site: [www.visit-kaluga.ru](http://www.visit-kaluga.ru)

### **Общественные и коммерческие организации, осуществляющие поддержку малого и среднего бизнеса**

- Калужская торгово-промышленная палата  
г. Калуга, пл. Старый Торг, 9, тел. 56-47-97, Web-site: [www.tppkaluga.ru](http://www.tppkaluga.ru)
- Некоммерческое партнерство «Союз предпринимателей города Калуги»  
г. Калуга, ул. Комарова, 64/1, тел. 78-80-42
- Калужское региональное отделение Общероссийской общественной организации «Ассоциация женщин-

предпринимателей России»  
г. Калуга, пл. Старый Торг, 9, оф. 58, тел. 57-48-78

• Калужская областная общественная организация «Объединение индивидуальных предпринимателей»  
г. Калуга, ул. Марата, 2

## Памятка туристу, прибывающему в гостевой дом «    » к договору от «    » 201\_г.

Уважаемые господа!

При покупке тура обязательно ознакомьтесь с описанием гостевого дома, условиями питания, дополнительными услугами, а также экскурсионными программами. Советуем вам приобрести экскурсии заранее, так как принимающей стороне требуется время, чтобы своевременно организовать экскурсионное обслуживание. Внимательно прочитайте информацию, изложенную в туристском ваучере о дате, времени и пункте отправления на отдых. Познакомьтесь со схемой расположения гостевого дома.

По прибытии к месту проживания вас встретит на остановке представитель гостевого дома. Если вы по какой-либо причине разминетесь с ним, то сможете найти свой гостевой дом по полученной схеме. Туристы, следующие на собственном автотранспорте, должны заехать в офис принимающей стороны в    . Там они получают схему проезда в гостевой дом. Просим заезжать в гостевой дом в светлое время суток (села в ночное время не освещаются).

По прибытии в гостевой дом вы сдаете ваучер хозяевам. Не забудьте взять с собой удостоверение личности. Возможна ситуация, когда к указанному в ваучере времени дом не готов (проводится уборка). На время ожидания вещи можно оставить хозяйке дома и погулять по окрестностям. Привозить с собой домашних животных разрешается в определенные гостевые дома (указаны в каталоге) за дополнительную плату.

Вопросы по питанию решает хозяйка «зеленого дома». Вопросы по экскурсионному обслуживанию решает экскурсовод, который придет в ваш гостевой дом вечером в день прибытия или утром следующего дня, а также представитель принимающей стороны, с которым вы можете связаться по телефону.

В случае возникновения конфликтов по размещению, питанию и обслуживанию в присутствии представителя принимающей стороны составляется «Протокол разногласий».

Непосредственно в гостевом доме вы можете получить информацию о возможностях экскурсионного обслуживания в месте проживания (прокат лошадей, сплавы, прогулки за ягодами, грибами, на пасеку, на рыбалку, посещение русской горницы, участие в русском празднике и т. д.).

После отдыха просим вас оставить свой отзыв, заполнив анкету, которую вам предложат хозяева дома.

Во время отдыха просим вас соблюдать правила личной безопасности:

— Купаться в водоемах в безопасных местах, в стороне от порогов, водоворотов. Не нырять с берега, не заплывать на стремнину. Купаться рекомендуется не дальше 2 метров от берега.

— Не пить из источников сомнительного происхождения.

— После прогулок в лес осматривать себя и членов своей семьи (группы). В случае укуса клещом сразу обратиться в медпункт.

— При планировании отдыха в сельской местности Калужской области в период с 1 апреля по 30 октября рекомендуется сделать прививку от клещевого энцефалита или запастись противоклещевым гамма-глобулином, а также застраховаться.

— Не находиться длительное время под воздействием прямого солнечного излучения.

— Не разводите костры в лесу; на полянах не оставлять костры без присмотра, особенно в ночное время.

Покидая стоянку, залить костер водой.

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

— Не входить в контакт с домашними животными в отсутствие хозяина.

— Не оставлять детей без присмотра, не разрешать детям лазить по крышам хозяйственных построек, заборам.

30

### Обязанности туриста

В случае покупки турпутевки с доставкой на автобусе туристы обязаны:

— К пункту отправления автобуса явиться за полчаса. Во время поездки с вами будет сопровождающий, в функции которого входит посадка туристов в автобус и сопровождение в пути. Посадка производится по посадочным талонам с указанными местами, которые следует получить у сопровождающего. В пути будут сделаны короткие остановки на отдых. Не опаздывайте к месту отправления автобуса, автобус отправляется по расписанию.

— Не передавать свои посадочные талоны и путевку другим лицам.

— Не возить с собой в салоне автобуса домашних животных, крупногабаритные предметы, а также огнеопасные, легковоспламеняющиеся и наркотические вещества и другие предметы, угрожающие жизни и здоровью пассажиров.

— Все споры по поводу поломки или утери имущества в автобусе или в доме решаются сразу же на месте с представителем перевозчика или руководством принимающей стороны.

— Запрещается проезд в автобусе в нетрезвом состоянии, а также курение и распитие спиртных напитков в

салоне автобуса.

— При продлении тура по собственной инициативе компенсация за обратную дорогу не предусмотрена.

— При выезде из гостевого дома необходимо освободить дом до \_\_\_\_\_ часов и прибыть своевременно на остановку. Посадка в автобус производится согласно местам, указанным в посадочном талоне.

Все туристы обязаны:

— Решать все спорные вопросы на месте с принимающей стороной, если возникают претензии со стороны перевозчиков или владельцев непосредственно к туристам.

— Бережно обращаться с имуществом. В случае поломки по своей вине вы несете всю ответственность.

— Бережно относиться к природе, не захламлять берега рек, не рубить деревья и кустарники, не повреждать травяной покров, не загрязнять водоемы.

— Соблюдать правила противопожарной безопасности при проживании.

— С уважением относиться к культурно-историческим ценностям, традициям и обычаям коренного населения.

С памяткой, обязанностями, программой тура и правилами страхования ознакомлен.

— Обязуюсь довести всю представленную мне информацию до сведения всех туристов, перечисленных в моем туристском ваучере.

Подпись \_\_\_\_\_

От страхования во время тура отказался \_\_\_\_\_ (ФИО, подпись)

### Примерный образец бланка карты гостя

|                                   |                              |
|-----------------------------------|------------------------------|
| ЧП Иванова И.С.                   | ЧП Иванова И.С.              |
| Гостевой лом «Русская охота»      | Гостевой дом «Русская охота» |
| Карта гостя Jfe                   | Отрезной талон №             |
| Дата (dale) 200 г. Время (time)   | Дата, время:                 |
| Фамилия (last name):              | Ф.И.О.                       |
| Имя (first name)                  |                              |
| Отчество (middle name)            |                              |
| Данные паспорта (passport)        |                              |
| Заселен с (stayngfrom) по (till)  | Заселен с по                 |
| Продлен по (prolonged to)         | Продлен по                   |
| Настоящим подтверждаю, что мне    | Управляющий:                 |
| правила проживания и техники      |                              |
| гостевом доме «русская охота»     | ЧП Иванова И.С.              |
| that I was explained with liv ing |                              |
| safety rules at the green house   |                              |
| “Russian Hunt”)                   |                              |
|                                   | Адрес:                       |
| подпись (signature)               |                              |
|                                   | Тел ./факс                   |
|                                   | E-mail:                      |