

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО
(АГРАРНОГО) ТУРИЗМА**

Введение

Туризм в России сегодня — это важный элемент индустрии развлечений и любимый многими вид активного отдыха. При этом настоящей «золотой жилой» для развития туризма стала российская провинция: красивейшие ландшафты, уникальные исторические памятники, города, сохранившие свою самобытность, традиционные сельские поселения и жилища, национальная одежда и кухня.

В последнее время сельский туризм становится очень популярным и востребованным среди городских жителей. Поклонники этого вида туризма, которых становится с каждым годом все больше и больше, во время своего отдыха наиболее важным считают непосредственное общение с природой, возможность приобщиться к сельскому быту, познакомиться с традициями и культурой села, зачастую с ярко выраженным этнографическим уклоном. Любители такого тихого, размеренного отдыха готовы ради этого пожертвовать привычным комфортом.

Отдых на селе привлекает своей неторопливостью, бесконечным количеством озер, чистотой воздуха, тишиной и возможностью общения с удивительной природой. Туристы охотно отдают деньги, чтобы отдохнуть от городского шума и суеты, ближе узнать жизнь глубинки. Благодаря этому виду туризма сельские жители получают возможность дополнительного источника дохода, который идет на реконструкцию старых построек и создание новых туристских объектов. Таким образом, сельский туризм как одна из составляющих туристской индустрии, ориентированная на использование культурно-исторических, природных и других ресурсов сельской местности и ее особенностей для создания комплексного туристского продукта, представляет собой вполне конкретный вид экономической деятельности и, соответственно, является сферой предпринимательства.

Можно говорить о том, что туризм на селе — один из

популярных и быстроразвивающихся элементов современной туристской системы.

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.

От отдыха на селе туристы ожидают размеренной жизни и спокойствия; чистого воздуха, тишины и экологически чистых продуктов; комфортных условий проживания; уютной атмосферы; деревенской бани; близости к природе (сбор ягод, грибов, рыбалка, охота); новых впечатлений, знакомства с местными традициями, расширения кругозора; развлечений для детей и организованного досуга для взрослых.

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).

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 при организации туристско-экскурсионных услуг.

ГЛАВА 1. ГОСТЕПРИИМСТВО НА СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЯХ. ОСНОВНЫЕ ВИДЫ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА.

1.1 Государственное регулирование сельского туризма

Несмотря на имеющиеся в нашей стране реальные примеры организации деятельности в сфере сельского туризма, следует констатировать практическое отсутствие в Российской Федерации нормативно-правовой базы, специально регулирующей деятельность сельского туризма как таковую по следующим причинам:

- в существующих федеральных нормативно-правовых актах, регулирующих деятельность в сфере туризма, и федеральных программных документах в области туризма пока отсутствует система понятий «сельский туризм» («агротуризм», «зеленый» туризм, «экоагротуризм», «фермерский туризм») или других терминов, применяемых в нашей стране и международной практике для обозначения рассматриваемого вида туристской деятельности;

- отсутствует специальное федеральное законодательство, регулирующее деятельность в области сельского туризма в Российской Федерации;

- сельский туризм не нашел свое отражение как один из способов развития сельских территорий, нуждающийся в государственной поддержке, и в Федеральной целевой программе «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014-2017 годы и на период до 2020 года». Однако в ней предусмотрена поддержка национальных культурных традиций, народных промыслов и ремесел.

Упоминание сельского туризма как одного из видов несельскохозяйственной деятельности в сельской местности, поддерживаемых «Стратегией устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года», к

сожалению, пока не получило развития в виде разработанной системы понятий и норм.

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

Законодательство Российской Федерации в сфере туризма состоит из следующих законов и подзаконных актов:

- Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», определяющий принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в Российской Федерации, и регулирующий отношения, возникающие при реализации прав граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий;

- Гражданский кодекс Российской Федерации, регулирующий данные правоотношения в той части, в которой устанавливает правовое регулирование правоотношений по договору возмездного оказания услуг (далее - ГК РФ). Глава 39 ГК РФ содержит в себе правовые нормы по регулированию данных правоотношений. Турагенты и туроператоры оформляют правоотношения с клиентами именно договорами по оказанию туристических услуг. Положения о договоре возмездного оказания услуг применяются в различных областях именно при оказании гражданам услуг; наиболее распространены туристические, юридические и риэлтерские услуги. Согласно ст. 779 ГК РФ по договору возмездного оказания услуг исполнитель обязуется по заданию заказчика оказать услуги (совершить определенные действия или осуществить определенную деятельность), а заказчик обязуется оплатить эти услуги;

- Закон Российской Федерации от 07.02.1992 №2300-1 (ред. от 03.07.2016) «О защите прав потребителей»;

- постановление Правительства Российской Федерации от 18.07.2007 №452 (ред. от 07.11.2015) «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта». Правила определяют порядок оказания услуг по реализации туристского продукта: требования к организации туристской деятельности, к предоставляемой информации об услугах, порядок заключения, исполнения, изменения и прекращения договора о реализации туристского продукта, порядок предъявления претензий и ответственность сторон по договору о реализации туристского продукта;

- постановление Правительства Российской Федерации от 24 января 1998 г. №83 «О специализированных службах по обеспечению безопасности туристов»;

- распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. №941-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года»;

- приказ Министерства культуры Российской Федерации от 11 июля 2014 г. №1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих в себя гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями». Данный порядок описывает систему классификации объектов туристской индустрии, осуществляемой в добровольном порядке, с целью предоставления потребителям необходимой и достоверной информации о соответствии объекта туристской индустрии категории, предусмотренной данным Порядком, и повышения конкурентоспособности туристских услуг и привлекательности объектов туристской индустрии, направленного на увеличение туристского потока и развитие внутреннего и въездного туризма, за счет укрепления доверия потребителей к оценке соответствия

объектов туристской индустрии;

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

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» регулирует отношения, возникающие при реализации гражданами своих прав на отдых. В частности, в нем определяются права и обязанности туристов, устанавливаются особенности формирования, продвижения и реализации туристского продукта, регулируется порядок обеспечения безопасности туристов, дается определение «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 ч до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания».

Туристскими ресурсами для целей данного федерального закона признаются природные, исторические, социально-культурные объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил.

Существует система ГОСТов, регулирующих туристскую деятельность, часть них может быть применена в сфере сельского туризма:

ГОСТ Р 56641-2015. Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования;

ГОСТ Р 50690-2000. Туристские услуги. Общие требования;

ГОСТ 28681.3-95. Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов;

ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг;

ГОСТ Р 56597-2015. Приключенческий туризм. Лидеры. Компетенция персонала;

ГОСТ Р ИСО 21103-2015. Приключенческий туризм. Информация для участников.

Оказывать услуги по сельскому туризму можно в разных организационно-правовых формах. Субъект сельского туризма - физическое лицо, индивидуальный предприниматель или юридическое лицо, осуществляющее деятельность в сфере сельского туризма. В зависимости от формы организации субъектами, оказывающими услуги в сфере сельского туризма, являются граждане, ведущие личные подсобные хозяйства, крестьянские (фермерские) хозяйства, сельскохозяйственные потребительские кооперативы.

Граждане, ведущие личные подсобные хозяйства (Федеральный закон от 7 июля 2003 г. №112-ФЗ (в ред. от 21.06.2011) «О личном подсобном хозяйстве»).

Использование возможностей личных подсобных хозяйств для производства сельскохозяйственной продукции всегда рассматривалось государством как дополнительный источник удовлетворения потребностей граждан. Разработка Федерального закона «О личном подсобном хозяйстве» была обусловлена тем, что понятие «личное подсобное хозяйство» отсутствовало в гражданском законодательстве, что приводило к неурегулированности экономических, социальных и других вопросов, связанных с ведением данного вида хозяйства. При этом значение личных подсобных хозяйств в экономике страны и благосостоянии граждан оставалось на высоком уровне.

Основная цель данного федерального закона - правовое регулирование отношений, возникающих в связи с ведением гражданами личного подсобного хозяйства, которое направлено,

прежде всего, на создание условий для деятельности граждан по ведению личного подсобного хозяйства. Федеральный закон закрепляет понятие «личное подсобное хозяйство», устанавливает право граждан на ведение личного подсобного хозяйства, определяет статус земельных участков для ведения личного подсобного хозяйства, регулирует взаимоотношения граждан, ведущих личное подсобное хозяйство, с органами государственной власти и органами местного самоуправления, предусматривает меры государственной и иной поддержки личных подсобных хозяйств, регламентирует правоотношения по обязательному пенсионному страхованию граждан, занятых ведением личного подсобного хозяйства, а также иные вопросы, связанные с деятельностью по ведению личного подсобного хозяйства.

Данная деятельность не относится к предпринимательской деятельности. Она осуществляется в целях удовлетворения личных потребностей гражданина и членов его семьи в сельскохозяйственной продукции. В этом состоит основная особенность личного подсобного хозяйства, которая отличает его от другой формы деятельности граждан по производству сельскохозяйственной продукции - крестьянского (фермерского) хозяйства, которое является субъектом предпринимательской деятельности.

Закрепляя ведение личного подсобного хозяйства как непредпринимательскую деятельность, федеральный закон освобождает граждан от необходимости регистрироваться в качестве индивидуальных предпринимателей. Личные подсобные хозяйства не подлежат какой-либо государственной регистрации, однако они подлежат учету, который осуществляется в похозяйственных книгах.

Граждане, ведущие личные подсобные хозяйства, могут сдавать внаем жилье (гостевой дом) и должны при этом уплачивать налог на доходы физических лиц и подавать декларацию 3-НДФЛ.

Декларация 3-НДФЛ, как правило, подается по окончании календарного года, в котором был получен доход от сдачи гостевого дома, но не позднее 30 апреля года, следующего за тем, в котором был получен доход. Декларация подается в налоговую инспекцию по месту постоянной регистрации (даже если сдаваемое жилье находится в другом месте). Налогоплательщик не обязан подавать никаких документов с декларацией, но желательно приложить к декларации копию договора аренды (найма). Это внесет определенную ясность в декларацию, а налоговый инспектор не запросит у налогоплательщика дополнительную информацию. При этом не следует отдавать оригиналы договоров, так как их не вернут. Декларацию также можно отправить по почте. Если документы оформлены и поданы правильно, никаких вопросов у инспекции не возникает.

Налог на доходы нужно будет платить самостоятельно, поскольку это обязанность гражданина. Сроки уплаты налога - не позднее 15 июля года, следующего за тем, в котором был получен доход. Ставка налога - 13%.

Крестьянские (фермерские) хозяйства - хозяйства, созданные и осуществляющие деятельность в соответствии с Федеральным законом от 11 июня 2003 г. №74-ФЗ (ред. от 23.06.2014) «О крестьянском (фермерском) хозяйстве». Закон определяет правовые, экономические и социальные основы создания и деятельности крестьянских (фермерских) хозяйств. Крестьянское (фермерское) хозяйство (далее - фермерское хозяйство) представляет собой объединение граждан, связанных родством и (или) свойством, имеющих в общей собственности имущество и совместно осуществляющих производственную и иную хозяйственную деятельность (производство, переработку, хранение, транспортировку и реализацию сельскохозяйственной продукции), основанную на их личном участии.

Правом на создание фермерского хозяйства обладают как

российские, так и иностранные граждане и лица без гражданства. В случае если крестьянское (фермерское) хозяйство создается несколькими гражданами, то необходимо заключение соглашения между ними. При создании фермерского хозяйства одним гражданином заключение соглашения не требуется.

Соглашение, предусмотренное законом, является своего рода учредительным документом.

В соответствии с п. 3 ст. 4 рассматриваемого федерального закона соглашение должно содержать следующие сведения:

- количество членов фермерского хозяйства;
- признание главой одного из членов хозяйства и утверждение его полномочий;
- порядок управления фермерским хозяйством;
- права и обязанности членов хозяйства;
- порядок формирования имущества хозяйства, а также порядок владения, пользования и распоряжения этим имуществом;
- порядок принятия в члены хозяйства и выхода из него;
- порядок распределения продукции и доходов, полученных в результате деятельности хозяйства.

Перечень позиций, которые подлежат включению в текст соглашения, не является закрытым, поскольку п. 6 ст. 4 закона указывает на возможность расширения данного перечня по усмотрению членов хозяйства.

Важным является требование закона о включении в соглашение приложения, содержащего копии документов, подтверждающих родство членов хозяйства. Кроме того, соглашение должно быть обязательно подписано всеми членами хозяйства.

Фермерское хозяйство возникает (считается созданным) как субъект предпринимательской деятельности со дня его государственной регистрации. Порядок регистрации устанавливается Федеральным законом от 08.08.2001 №129-ФЗ

(ред. от 03.07.2016 г.) «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

Сельскохозяйственные потребительские кооперативы - сбытовые, снабженческие, перерабатывающие, обслуживающие и заготовительные кооперативы, созданные и осуществляющие деятельность в соответствии с Федеральным законом от 08.12.1995 №193-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О сельскохозяйственной кооперации».

Сельскохозяйственный потребительский кооператив - вид сельскохозяйственного кооператива, созданного сельскохозяйственными товаропроизводителями (гражданами и (или) юридическими лицами) при условии их обязательного участия в хозяйственной деятельности кооператива. Это добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов (п. 1 ст. 116 ГК РФ).

Правовой основой создания и функционирования сельскохозяйственных потребительских кооперативов служат ГК РФ, Федеральный закон от 08.12.1995 №193-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О сельскохозяйственной кооперации», Федеральный закон от 29.12.2006 №264-ФЗ (с изм. и доп., вступ. в силу с 13.08.2015) «О развитии сельского хозяйства».

Сельскохозяйственный потребительский кооператив имеет особый статус именно в связи с тем, что он основывается и действует для удовлетворения материальных и иных потребностей его членов. Основным учредительным документом, определяющим правовое положение (правовой статус) сельскохозяйственного потребительского кооператива в соответствии с определенной законом организационно-правовой формой, является устав. Утверждение устава относится к исключительной компетенции общего собрания членов кооператива.

1.2. Типы сельских территорий: определение и специфика сельского туризма

В Стратегии устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года выделены четыре типа субъектов в зависимости от характера освоения территории, сельскохозяйственного использования, потенциала и ограничения сельской местности (табл. 1).

Таблица 1

Специфика типов сельских территорий

Тип сельской территории	Сельское хозяйство	Природные условия	Социальные условия
Первый	Развитая аграрная специализация	Благоприятные	Достаточно развитая инфраструктура
Второй	Сельское хозяйство пригородного типа	Взаимопроникновение между городским и сельским ландшафтом	Развитая сфера социальных услуг
Третий	Кризис в сельском хозяйстве	Депрессивные сельские территории	Неблагоприятные социальные условия развития, социально-экономическая депрессия
Четвертый	Мелкоочаговое или традиционное хозяйство коренных народностей	Неблагоприятные (сложные) природно-климатические условия для развития сельского хозяйства	Традиционный быт, неразвитая социальная инфраструктура

Так, распределение типов субъектов Российской Федерации происходит в двух направлениях: природно-климатическом и социально-экономическом – от освоенности и благоприятных для развития условий до сложных в освоении и неблагоприятных для развития (рис. 1). Таким образом, виды услуг в сельском туризме

будут определяться в зависимости от развития и освоения аграрного, социального и природного ресурсов.

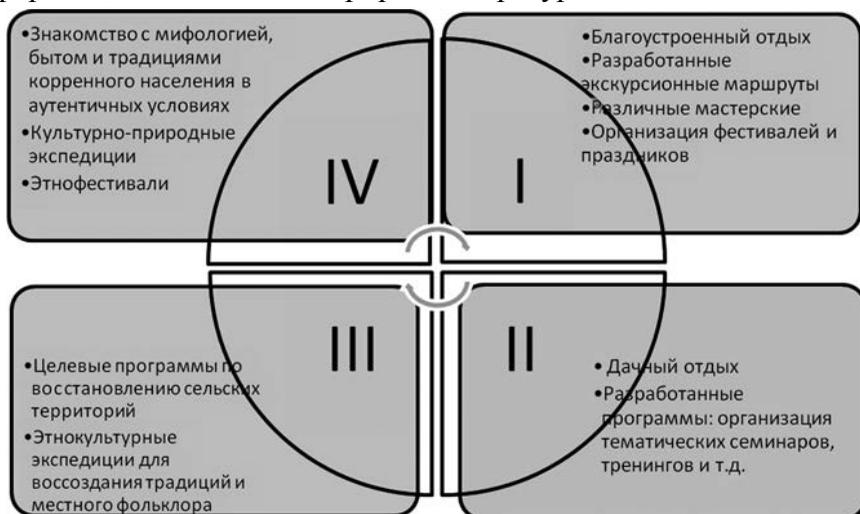


Рис. 1. Типы сельских территорий и виды услуг

Наиболее актуальной и проблемной является третья зона, куда входят регионы с неблагоприятными социальными условиями развития сельской местности и обширными зонами социально-экономической депрессии. Именно эта категория и представляет интерес с точки зрения социальных проектов, направленных не только на развитие социальной структуры и специальной поддержки сельского хозяйства, но и на повышение культурной ценности данных поселений через организацию специальных социальных проектов и этнокультурных экспедиций по восстановлению сельских территорий как своеобразных живых памятников традиции деревенской и сельской жизни.

Если обратить внимание на потенциальные возможности каждого из типов, то можно выделить экономическую (трудовые и материальные ресурсы) затратную целесообразность в освоении уже существующих особенностей типов субъектов территорий

Российской Федерации.

Это может стать схемой-алгоритмом при создании программы привлечения туристов в сельские гостевые дома и фермерские хозяйства, а также при разработке не только рекламной, но и содержательной части пребывания туристов на сельских территориях (рис. 2).



Рис. 2. Схема-алгоритм для определения специфики услуги для туристов в сельской местности

Схема-алгоритм включает в себя четыре аспекта:

- территория (тип территории, специфика места (мифология), этнокультурный компонент) – ГДЕ расположено?
- специфика услуг в зависимости от потенциала и ограничения сельской территории – ЧТО предлагается?
- организация содержательной части взаимодействия в зависимости от услуг, предоставляемых на указанной территории – КАК организовано взаимодействие с туристами?

- выделение смысловой части в организации досуговой и другой деятельности туристов как способ повышения ценностного отношения к этнокультурной и природной среде данной местности – ЗАЧЕМ происходит именно такое взаимодействие?

1.3. Формирование услуги в сельском туризме в зависимости от типа сельской территории: социально-психологический аспект

Прочная эмоциональная связь является лучшей основой для личностного роста (К. Бриш, 2014). Потребность в эмоциональной поддержке и желание открывать мир взаимосвязаны и находятся в активном состоянии, только поочередно, т.е. человек может проявлять активность, любопытство, увлеченно заниматься различной деятельностью только тогда, когда есть эмоциональная и физическая безопасность. И наоборот, если есть ощущение тревоги и небезопасности, то любая активная деятельность и познавательный интерес невозможны. Как при обращении героев русских народных сказок к Бабе-яге: «Ты сначала меня накорми, напои, спать положи, а потом уже и расспрашивай!», так и при формировании услуги в сельском туризме важно обратить внимание на создание пространства безопасности на неизвестной территории (место проживания, еда, коммуникация).

Обозначенные типы сельских территорий предполагают в своей основе различную степень качества социальных услуг: отестественно-традиционных условий проживания до высокоорганизованного быта, соответствующего нормам городского проживания.

Главная задача при решении вопросов безопасности заключается не в желании привести к единым стандартам, а в четком обозначении специфики того или иного места. Туристу необходимо предоставить возможность выбора в зависимости от потребностей и собственной толерантности к неустроенности с точки зрения развитой цивилизации быта.

Соответственно можно выделить следующие типы туристов в зависимости от условий проживания на сельских территориях:

- туристы, ориентированные на блага цивилизации (важность телесного/бытового комфорта). Первый и второй типы сельских территорий могут предоставить необходимые условия для этой группы туристов;

- туристы, ориентированные на исследование и познание (важность познавательного комфорта – наличие смыслового содержания в предлагаемых услугах, допускается бытовой аскетизм). Данная группа туристов отдает предпочтение третьему и четвертому типам сельских территорий.

В первом случае мотивация туриста связана с потребностью в снятии эмоционального и физического напряжения, во втором – с потребностью в исследовательской деятельности и знакомстве с чем-то новым.

Таким образом, для того, чтобы сформировать услугу в сельском туризме, адекватную всем специфическим особенностям территории, необходимо знать не только о потенциале и ограничениях среды предоставляемых услуг, но и о базовых потребностях человека.

Перечислим все основные потребности человека и рассмотрим их удовлетворение через призму сельского туризма:

- физиологические потребности, связанные с определенными условиями, обеспечивающими безопасность на физиологическом уровне (проживание, питание, свежий воздух, крыша над головой и т.д.);

- потребность в эмоциональных отношениях является гарантией выживания и снижения тревоги существования (установление контакта со старшим или старожилом, который может защитить и/или успокоить, который знает, как разрешить сложившиеся сложные ситуации на данной территории в данное время);

- потребность в познании, необходимость узнавать новое являются гарантией развития интереса и положительных эмоций (новые знания, умения и навыки, мастерские, экскурсии и т.д.). Однако это врожденное свойство не проявляется в ситуациях физического и психологического дискомфорта;

- потребность в чувственном восприятии мира как главное условие возвращения жизненности и контакта с окружающей средой является предпосылкой для физического и психического здоровья (интерактивное взаимодействие, непосредственное погружение в новый опыт, новую среду);

- потребность в личной эффективности в новой деятельности является необходимым и достаточным условием для формирования чувства собственного достоинства и ценностного отношения к деятельности (личный успех в любой деятельности – от простого к сложному);

- потребность избегать неприятных ощущений как естественная реакция на стрессовые ситуации.

Главное правило в узнавании жизненно важных потребностей: **чем более не удовлетворена потребность, тем больше претензий будет к данному виду услуг.**

Например, размещение туристов на территории связано с удовлетворением их физиологических потребностей. Установление эмоционального контакта с хозяином/хозяйкой гостевого дома связано с удовлетворением потребности в эмоциональной привязанности и способствует созданию психологического комфорта в проживании и освоении новых территорий. Потребность в познании связана с созданием содержательной части предоставления услуг при пребывании на новой территории.

В зависимости от специфики предоставляемых услуг диапазон может варьироваться от организации экскурсий, где туристы знакомятся с новым через рассказ, до собственной деятельности, где они овладевают навыками и добывают знания о новом. Потребность

в чувственном восприятии сама по себе является предпосылкой для привлечения туристов на сельские территории, где быт оптимально встроен в природные ландшафты и собственно проживание-питание является необходимым и достаточным условием для пополнения жизненных сил. Потребность в личной эффективности заставляет задуматься о создании интерактивного взаимодействия между хозяином гостевого дома и туристом, а также организации мастер-классов. Все это создает терапевтический эффект и является залогом возвращения туристов, так как каждому человеку важно чувствовать силу в собственных достижениях. Потребность избегать стрессовых ситуаций может стать предпосылкой отказа от сельского туризма, поэтому для удовлетворения этой потребности необходимо предоставлять точную (правдивую) и ясную информацию о месте пребывания, обеспечении трансфера и прочих услуг, возможных на данной территории.

Эти потребности являются необходимым и достаточным фактором установления эмоциональных связей между хозяевами и туристами, что становится залогом возвращения и привлечения новых туристов на сельские территории.

1.4. Оценка собственных возможностей для приема туристов

Будет ли деятельность в сфере сельского туризма приносить вам моральное и материальное удовлетворение? Это вопрос сложный, и на него трудно ответить однозначно. Известны случаи, когда наряду с основной сельскохозяйственной деятельностью жители села начинали оказывать услуги по приему туристов, и через некоторое время доходы от этой деятельности превышали доходы от сельхозпроизводства. Однако чаще всего сельский туризм является дополнительным источником доходов для крестьянского (фермерского) и личного подсобного хозяйства и альтернативной занятостью на селе.

Некоторые хозяева рассматривают сельский туризм как

способ разнообразить свою жизнь и занимаются им в большей степени ради развлечения. Однако для всех он становится образом жизни. Поэтому, прежде чем вы откроете гостевой дом, задайте себе следующие вопросы:

- умею ли я улыбаться с утра до вечера;
- не мешают ли мне «чужие» в моем доме;
- умею ли я внимательно слушать других;
- могу ли рассчитывать на помощь родственников или друзей;
- имею ли какой-нибудь опыт работы с людьми.

Если вы склоняетесь чаще к положительным ответам, то вы морально готовы к предоставлению услуг в сфере сельского туризма. Однако не обольщайтесь позитивными результатами ответов на вопросы - это только начало, так как предстоит оценить имеющиеся ресурсы.

Первый деловой шаг - изучить и оценить различные возможности осуществления деятельности в области сельского туризма. Следует выявить, чем привлекательны имеющееся хозяйство и его окружение (соседи, деревня, регион): имеются ли соответствующие умения, знания, квалификация у хозяина и его семьи, других жителей деревни и региона; что способствует развитию туризма; что можно предложить потенциальному туристу; что может заставить туриста оставить свои деньги именно у вас?

Оценка ресурсов должна быть подчинена ответу на главный вопрос: что ожидает получить гость от хозяев? От отдыха в сельской местности горожане чаще всего ждут:

- тишины, спокойной и размеренной жизни;
- возможности попробовать органические продукты питания собственного производства (молоко, масло, яйца, мясо, фрукты и овощи из сада и огорода и др.);
- близости к природе (сбор грибов, ягод, рыбалка, деревенская банька);

- знакомства с особенностями деревенского быта;
- возможности попробовать себя в сельскохозяйственных работах и традиционных ремеслах (лозоплетение, ручное ткацкое производство, вязание, вышивание, гончарное и кузнечное дело и т.д.).

Для формирования привлекательного предложения в сфере сельского туризма очень важно знать об историко-культурных памятниках, народном искусстве, фольклоре, традициях, праздничных действиях своего региона. Даже если гости приехали к вам просто отдохнуть в тишине, окунуться в природу, порыбачить и, наконец, спокойно отоспаться, ваши предложения познакомить их с многообразием местной народной культуры, истории края редко кого оставят равнодушным. Кроме того, для детей и молодежи это может стать важным воспитательным элементом.

Чтобы рассказать о многообразии народной культуры и истории своего региона, необходимо расширять знания по геологической истории и уникальности местности, иметь сведения о ее водоразделе и изменениях, происшедших за последнее время, природных зонах, подчеркивающих уникальность края, об экологии региона и ее влиянии на людей. Следует знать историю поселений в данной местности и развития культуры, начиная с давних времен и коренных народностей, этнические корни людей, которые селились на данной территории, уникальные культурные характеристики данной местности, демографическую ситуацию в регионе и особенности ее изменения. Не лишними будут сведения по социальным, экономическим и экологическим проблемам, возникающим у жителей, и путям решения этих проблем силами местного населения.

Прежде всего, необходимо обратиться в местную библиотеку, к учителям сельской школы, в местные краеведческие музеи. В селе всегда найдутся люди, влюбленные в родной край и увлекающиеся краеведческими исследованиями. Рассказы таких людей, изучение

исторической и краеведческой литературы позволят предложить гостям такой оригинальный вид услуг, как ознакомление с местной культурой и историей. Кроме того, эти знания обогащают жизнь семьи, поднимают людей над рутинной повседневной жизнью.

Знания в области истории и культуры края могут лечь в основу планировки территории гостевого дома, позволив оригинальным способом с использованием музейно-исторических предметов и выставочных экспонатов продемонстрировать уникальность региона. Кроме того, гостевой дом может быть украшен разного рода и назначения произведениями декоративно-прикладного творчества местных мастеров.

Продемонстрировать уникальность местности и привлечь новых посетителей помогут народные праздники и ярмарки, а также проведение свадеб с народными обрядами, фестивалей народного искусства с участием коренного населения и представителей других этносов, населяющих местность. Посещение таких мероприятий порадует гостей и привлечет в будущем новых клиентов. Возможно, среди односельчан есть прекрасные исполнители народных песен, рассказчики былей, которых можно пригласить на тематический вечер в усадьбе или на семейный ужин с гостями. Такой вечер останется незабываемым и для туристов, и для хозяев. Посещение церквей, религиозных святынь края также может войти в круг интересов туристов. В этом случае советы хозяев или сопровождение могут оказаться для них полезными.

Помните, что любовь к родному краю, уважительное отношение к его истории, народной культуре и искусству могут стать настоящим открытием для многих гостей. И они еще не раз к вам вернуться или посоветуют своим друзьям приехать к вам.

Опорная схема организации гостевого дома

1. Наличие ресурсов: дом, приусадебный участок, фермерское хозяйство, интересные места для посещения, наличие транспортных путей, привлекательные природные ландшафты и т.д.
2. Организация приема гостей, создание такого предложения, которое понравилось бы гостю (клиенту) и удовлетворило бы спрос. Люди готовы платить за отдых, восстановление своих физических и душевных сил. У владельца образуются доходы.
3. Заработанные доходы делятся на две части: первая - тратится на содержание семьи, ее текущие расходы, а вторая - на поддержание гостевого дома, привлечение клиентов, создание новых услуг и др.
4. Устойчивое развитие гостевого дома - финансовая свобода и интересное дело для всей семьи

ГЛАВА 2. ВИДЫ ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ

Отдых в сельской местности привлекает неторопливостью и определенной свободой деревенской жизни, возможностью общения с природой и первозданной тишиной. Тот, кто решил провести свой отпуск в деревне, имеет возможность полностью погрузиться в сельскую атмосферу: ходить за водой, заготавливать сено, окучивать картофель, поливать грядки. Люди охотно отдают деньги за возможность отдохнуть вдали от городского шума.

Главное в обслуживании туриста - гостеприимство, выраженное дружелюбием, сердечностью, искренним желанием хозяина организовать отпуск гостей в своем доме. Качество обслуживания принимающей стороны состоит во внимании и удовлетворении потребностей туриста. Задача владельца гостевого дома - суметь предоставить гостю такой уровень услуг, чтобы

последний остался доволен. Если владелец сумел превзойти ожидания гостя, то гость будет возвращаться снова и снова и привозить с собой друзей.

Для того, чтобы гость оценил сельское гостеприимство, одного лишь богатства природных ресурсов недостаточно. Хозяева должны приложить немало усилий, осваивая культуру быта, соблюдая тишину, поддерживая чистоту в доме и на прилегающей территории, создавая комфортные условия для проживания за приемлемую цену. 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.

Виды услуг, которые могут оказывать владельцы гостевых домов, подразделяются на основные и дополнительные. Основные услуги включают в себя проживание и питание.

2.1. Проживание

Проживание регулируется ГОСТ Р 56641-2015. Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования (введен в действие с 01.07.2016).

В данном стандарте приведены следующие определения:

- сельский туризм - деятельность по организации отдыха в сельской местности или малых городах (при отсутствии промышленных зон и многоэтажной застройки) с предоставлением услуг гостеприимства в частном секторе, ориентированная на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов, традиционных для данной местности;
- сельский гостевой дом - малое специализированное средство размещения (часто семейное), расположенное в сельской местности или в малых городах, предоставляющее гостям услуги временного проживания, а также дополнительные услуги по организации

досуга, питания, экскурсий и др.

Примечание. К сельским гостевым домам могут относиться мини-гостиницы, агротуристские фермы, дома рыбака и охотника, заимки, бунгало и другие малые средства размещения. Сельский гостевой дом могут называть сельской усадьбой.

Общие требования, предъявляемые к сельским гостевым домам

Требования, предъявляемые к территории:

- сельские гостевые дома (далее - гостевые дома) рекомендуется обеспечить пешеходными дорожками, тропами, подъездными путями для различного вида транспорта, характерного для данной местности: машин, автобусов, катеров и т.д. В случае невозможности соблюдения этого требования гости должны быть заранее проинформированы об отсутствии подъездных путей, а также о способах подхода/подъезда к гостевому дому;

- территория гостевого дома должна быть огорожена. Материал ограждений может быть любым (металл, камень, дерево, глина, кирпич, живая изгородь);

- территория, прилегающая к гостевому дому, должна быть озеленена;

- на территории гостевого дома рекомендуется условно выделять две зоны: рекреационную и хозяйственную. Рекреационная и хозяйственная зоны должны быть аккуратными и незахламленными, желательно с отдельными подходами. В рекреационной зоне рекомендуется располагать места для отдыха, занятий спортом, игровые площадки для детей, бассейны, в том числе временные, зону (место) для костра, сооружения для приготовления пищи на огне, например мангал и т.д. В хозяйственной зоне рекомендуется располагать строения и помещения для скота и птицы, места для их выгула, хранения кормов, огород;

- место содержания домашних животных должно быть чистым, удобным для подхода и кормления животных.

Туристская информация гостевого дома. Минимальное рекомендуемое информационное обеспечение гостевого дома должно включать в себя следующую информацию:

- расстояния между гостевым домом и ближайшими населенными пунктами и достопримечательностями района (области, края и т.д.);

- сведения о местном общественном транспорте для совершения различных поездок (расписание движения, место посадки, маршрут и его конечные пункты, стоянки такси, тарифы на проезд, возможность совершения поездки на велосипеде и условия его безопасного использования и хранения в местах, посещаемых туристами и т.д.);

- номера телефонов и адреса ближайших медицинских (лечебных) учреждений и организаций, торговых объектов, объектов общественного питания;

- инструкции о поведении при пожаре и в чрезвычайных ситуациях;

- правила проживания в гостевом доме.

Примечание. Для гостевых домов с двумя и более этажами рекомендуется иметь схему путей эвакуации при пожаре и в чрезвычайных ситуациях.

По усмотрению собственника гостевого дома для гостей могут быть разработаны памятка туриста и анкета гостя, а также каталоги/буклеты историко-культурных и природных объектов района посещения, содержащие аннотации к объектам и др.

Оснащение гостевых домов. Гостевые дома рекомендуется оборудовать:

- любым искусственным освещением в жилых и общественных помещениях;

- аварийным освещением (аккумулятор/фонари) на случай

отключения электроосвещения;

- холодным водоснабжением из централизованных или автономных источников с запасом воды не менее чем на одни сутки;
- горячим водоснабжением (при его отсутствии обеспечить возможность нагрева воды);
- отоплением в холодное время года с помощью безопасных приборов и устройств;
- телефонной связью коллективного пользования (телефон, мобильный телефон, рация), доступной для гостей.

Интерьер гостевого дома. В оформлении гостевого дома рекомендуется совмещать колоритные элементы народного творчества и современные архитектурно-художественные традиции.

Помещения гостевого дома. В гостевом доме рекомендуется выделить зоны проживания гостей, собственников (управляющих) и зоны совместного пребывания.

По возможности следует функционально разделить помещения гостевого дома на следующие зоны: сна, отдыха и развлечений, приготовления и принятия пищи, личной гигиены и т.д. Рекомендуется выделять общую комнату (гостиную), столовую и кухню/мини-кухню.

Примечание. Если в доме нет помещения для приема пищи, то в качестве столовой используется общая комната (гостиная). Если собственники гостевого дома не готовят пищу для гостей, рекомендуется обустроить зону (кухонный уголок) с оборудованием для самостоятельного приготовления пищи гостями.

Кухня/мини-кухня/кухонный уголок должны быть оснащены:

- плитой/печью (при использовании газовой плиты помещение кухни должно быть проветриваемым естественным путем либо оборудовано вытяжной вентиляцией);
- холодильником;

- моечной раковиной;
- кухонными шкафчиками и другой необходимой мебелью;
- столовыми приборами и посудой, чайником;
- местом (полкой или шкафом) для хранения продуктов;
- мусорным ведром для пищевых отходов;
- моющими средствами для обработки посуды и комплектом тряпок (губок).

По усмотрению собственников гостевого дома кухня может быть дополнительно оснащена другим оборудованием, приспособлениями или приборами, например микроволновой печью.

Рекомендуется предусмотреть наличие мест для хранения багажа, стирки и сушки одежды, обуви, оснащенных необходимым оборудованием и инвентарем.

Площадь комнат гостевого дома должна позволять гостю свободно, удобно и безопасно передвигаться и использовать все оборудование и мебель. Минимальная площадь комнат не нормируется. В зоне проживания гостей рекомендуется располагать санитарный узел (унитаз, душ или ванна, умывальник). В гостевых домах, принимающих гостей только в летний период, допускается оборудование душевой кабины и бани во дворе гостевого дома.

На территории гостевого дома допускается использование надворных туалетов выгребного типа, канализованных надворных туалетов и стационарных биотуалетов, обеспеченных искусственным освещением.

В гостевом доме должна быть укомплектована аптечка для оказания первой доврачебной помощи. Аптечку необходимо периодически обновлять и пополнять содержимое, проверяя сроки годности медикаментов. При приеме гостей с ограниченными физическими возможностями рекомендуется:

- организовать предоставление туристских услуг в соответствии с требованиями ГОСТ 32613;

- оборудовать жилые, бытовые и иные помещения, а также территорию дома для пребывания гостей с ограниченными физическими возможностями с учетом требований ГОСТ Р 55699;
- организовывать гостям помощь в решении бытовых проблем (стирка, глажение, сушка и т.п.).

Требования к услугам гостевого дома. Услуги гостевых домов должны соответствовать следующим критериям:

- безопасность предоставляемых услуг;
- транспортная доступность;
- полноценность, достаточность, достоверность информации о сельском гостевом доме и предоставляемых услугах;
- готовность персонала (собственников, управляющих) гостевого дома к оказанию услуг.

В гостевом доме рекомендуется предоставлять следующие основные услуги:

- прием гостей для размещения продолжительностью не менее 8 ч в сутки;
- услуги питания или создание условий для самостоятельного приготовления пищи;
- периодическая санитарная уборка жилых комнат, в том числе к заезду гостей;
- смена постельного белья - не менее одного раза в неделю и при заезде новых гостей;
- смена полотенец не менее одного раза в пять дней и при заезде новых гостей.

По своему усмотрению собственники гостевого дома могут предоставлять дополнительные услуги.

Требования безопасности гостевого дома.

Услуги гостевых домов должны обеспечивать безопасные условия для жизни и здоровья проживающих гостей, сохранность их имущества при соблюдении ими правил и требований, установленных нормативными правовыми актами Российской

Федерации и федеральными органами исполнительной власти, в том числе ГОСТ 32611.

Собственники гостевых домов должны обеспечить минимальный уровень риска для жизни и здоровья гостей.

При предоставлении услуг гостевых домов к факторам риска относятся: пожароопасность, санитарно-гигиенические показатели, травмоопасность.

Противопожарная безопасность.

Собственники гостевых домов несут полную ответственность за безопасность принятых ими гостей и обязаны обеспечить противопожарную безопасность дома в соответствии с требованиями Федерального закона от 22 июля 2008 г. №123-ФЗ «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности».

В каждом гостевом доме рекомендуется иметь инструкции о мерах пожарной безопасности и первичные средства пожаротушения. Обслуживающий персонал должен знать меры пожарной безопасности, соблюдать их, а также уметь пользоваться первичными средствами пожаротушения. Все прибывающие в гостевой дом должны быть ознакомлены с инструкцией о мерах пожарной безопасности, включая поведение при пожаре и в чрезвычайных ситуациях.

Разведение костров должно производиться в специально отведенных для этих целей местах под контролем персонала собственника гостевого дома.

Санитарно-гигиенические показатели.

Для обеспечения жизни и здоровья гостей необходимо соблюдать

санитарно-эпидемиологические требования по СанПиН 2.1.2.2646-10 «Санитарно-эпидемиологические требования к условиям проживания в жилых зданиях и помещениях», в том числе по содержанию санитарно-технического оборудования, инвентаря, защите от насекомых и грызунов, обработке белья (стирка,

глажение и хранение белья).

Питьевая вода, используемая для хозяйственно-питьевых целей, должна соответствовать гигиеническим требованиям, быть безопасной в эпидемиологическом отношении и безвредной по химическому составу. При отсутствии гарантии подачи качественной питьевой воды необходимо обеспечить дополнительные мероприятия по ее очистке и обеззараживанию.

Собственник гостевого дома должен регулярно проводить уборку прилегающей к дому территории, мест общего пользования, помещений домов, обеспечить своевременный сбор (наличие выгребных ям, контейнерных площадок) и вывоз жидких и твердых отходов, а также регулярно проводить мероприятия по обработке территории вокруг дома по всему периметру от клещей, информировать гостей об опасности укусов клещами (памятки, взаимоосмотр).

Травмоопасность.

Для снижения риска травмоопасности гостей собственнику гостевого дома рекомендуется ознакомить их с правилами проживания, техникой безопасности и другими факторами риска и мерами по предупреждению травм в данной местности.

Требования к персоналу гостевого дома.

Персонал гостевого дома должен быть подготовлен к работе и обслуживанию гостей - иметь следующие знания и навыки:

- проведение и организация уборок;
- приготовление пищи и обслуживание гостей (только при оказании услуг питания);
- владение необходимой туристской информацией о регионе, в котором расположен гостевой дом;
- использование сельскохозяйственной техники (при наличии) и знание правил ее безопасного использования;
- умение обращаться с домашними животными (при наличии), знание техники безопасности;

- умение оказания первой доврачебной помощи;
- знание правил применения первичных средств пожаротушения и эвакуации людей при чрезвычайных ситуациях;
- знание этики общения с гостями, проявление приветливости, доброжелательности и предупредительности;
- прохождение периодического медицинского освидетельствования.

2.2. Питание

В гостевом доме должно быть предусмотрено помещение для предоставления услуг питания по ГОСТ Р 56641-2015 и/или кухня для самостоятельного приготовления пищи.

Если на территории, где расположен гостевой дом, отсутствуют пункты общественного питания, то вопрос с питанием можно решить несколькими способами:

- питание готовят сами туристы из своих продуктов или приобретают часть продуктов у хозяев гостевого дома и жителей деревни, в которой проживают (молочные продукты, овощи, грибы, ягоды, зелень и др.);
- питание готовят хозяева гостевого дома из местных продуктов или из продуктов, привезенных туристом по договоренности;
- хозяева гостевого дома по заявке туристов готовят традиционные национальные и местные блюда.

После осмотра дома и жилых помещений хозяин с гостями обговаривает вопрос организации питания. В том случае, если гости желают сами организовывать питание, им предоставляются кухня и необходимый для приготовления еды инвентарь, определяется место приема пищи.

Если гости изъявляют желание быть на полном содержании хозяев, с ними согласовывается место (помещение), где будет организовано принятие пищи, перечень продуктов, из которых

будет готовить хозяйка (первое, второе, десерт и т.д.), режим приема пищи (например, завтрак проходит в 8-9 ч, обед - 13-14, ужин - в 18-19 ч). По договоренности питание может быть одно-, двух-, трех- и четырехразовым.

Большинство гостей предпочитают хотя бы завтракать у хозяина. Успех гостевого дома зависит от отношения хозяина к гостям: если он относится к ним, как к любимым членам семьи или даже детям, успех почти обеспечен. Если гость может позавтракать своим любимым блюдом тогда, когда ему удобно, он это непременно оценит.

Если в услуги входит обеспечение отдыхающих питанием, то в доме должны быть столовая, кухня, помещение для временного хранения продуктов питания. Элементами кухонного оборудования для приготовления пищи являются: плита, рабочий стол-шкаф, мойка, шкаф для хранения чистой посуды, холодильник с морозильной камерой для хранения скоропортящихся продуктов питания, а также готовых к употреблению (молоко, молочные и гастрономические продукты, зелень, напитки и т.д.), овощерезка, мясорубка, емкость с крышкой для отходов, уборочный инвентарь. На кухне должен быть отдельный разделочный инвентарь (ножи, дощечки, терки, лопаточки, ложки и др.) для сырых мяса, рыбы, овощей и готовой продукции, селедки, хлеба, вареных овощей, вареного мяса, гастрономических продуктов, масла, зелени и т.д.

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

Для приготовления пищи используются экологически чистые продукты, лучше личного подсобного хозяйства. Если хозяин

держит корову, птицу, то обязательно должна быть справка о здоровье животных, выданная врачом-специалистом. При приготовлении кулинарных и кондитерских изделий необходимо придерживаться нужных технологии и температурных режимов. Блюда желательно готовить по заявке отдыхающих. На кухне не допускается наличие мух, тараканов и грызунов.

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

2.3. Дополнительные услуги

Дополнительными услугами могут быть активный отдых, досуговые и оздоровительные программы. Активный отдых может включать в себя рыбалку и охоту, сбор грибов и ягод, походы и прогулки, экскурсии по окрестностям, фотоохоту, спортивные игры (волейбол, футбол, настольный теннис), верховую езду, аренду спортивного (велосипед), рыболовного (лодка, удочка) и охотничьего инвентаря.

Конечно же, хозяин должен хорошо знать свою местность, чтобы предложить дополнительную информацию о местной продукции или ремеслах, рассказать о знаменитых людях, проживающих в регионе ранее или на данный момент, ремесленниках, готовых поделиться своими знаниями, культурных и исторических достопримечательностях, местных преданиях и проводимых мероприятиях.

Досуг. Можно предложить туристам стать не зрителями, а полноправными участниками деревенской жизни. Например, принять участие в дойке коров, поучаствовать в настоящем

субботнике (туристов выстраивают в колонну, вручают им флаг и под гармошку, ведут на работу на чей-нибудь огород. В течение часа «участники субботника» с энтузиазмом помогают по хозяйству деревенскому жителю, а потом, в соответствии с традицией данного мероприятия, хозяева их угощают). Программа пользуется большим успехом - туристы получают удовольствие не только от физического труда на свежем воздухе, но и от участия в «советском обряде».

Предложения досуга бывают самые разнообразные: посещение монастыря с ночевкой в келье, ночное гуляние у цыганского костра, гонки на тракторах по бездорожью с преодолением вброд речек, участие в деревенских праздниках, свадьбах, спортивных мероприятиях (участие в нетрадиционные видах спорта), музыкальных вечерах у костра, мастер-классах по приготовлению еды в русской печи, традиционных народных блюд, приготовлению и дегустации домашних вин, пива, кваса, соков, настоев из трав по старинным рецептам, приготовлению творога, масла, мастер-классы по изготовлению льняных и традиционных ремесленных изделий, посещение минимусеев ремесел, коллекции древней сельхозтехники, домашних заготовок, проведение экскурсий, фотографирование в деревенских старинных костюмах. Все это могут предложить музеи и туристические фирмы, а хозяева могут предоставить необходимую информацию на русском и английском языках.

К **оздоровительным услугам** можно отнести фитотерапию (лечение лекарственными растениями), апитерапию (лечение с помощью пчел и продуктов пчеловодства), иппотерапию (лечение посредством лошадей), климатолечение, лечебные грязи (услуги специалистов), массаж (услуги специалистов), посещение бани (в услуги можно включить предложение различных веников, предварительно дав пояснения о пользе и назначении того или иного их вида). Все оздоровительные услуги, кроме бани, должны

оказываться специалистами.

Дополнительными услугами также могут быть аренда мангала, коптильни, заготовки на зиму (самостоятельное приготовление гостями солений, варенья или покупка готовых у хозяев), сбор меда и др.

Гости могут оказывать помощь хозяевам. Встречаются и такие туристы, которые готовы платить за то, чтобы научиться правильно выполнять сельские работы (сенокос, топка печи, заготовка и колка дров, уход и наблюдение за домашними животными, посадка овощей, окучивание картошки, полив, сбор урожая и др.).

2.4. Рекреационный потенциал территории

Рекреационным потенциалом какого-либо объекта (или территории) именуется совокупность приуроченных к данному объекту (территории) природных и рукотворных тел и явлений, а также условий, возможностей и средств, пригодных для формирования продукта сельского туризма и осуществления соответствующих туров, экскурсий, программ.

Под рекреационным потенциалом также понимаются совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации деятельности сельского туризма на определенной территории, наличие на определенной территории возможностей, резервов, которые могут быть при определенных условиях использованы для достижения намеченной цели - развития сельского туризма. Часто на оценку рекреационного потенциала влияет наличие на территории определенных уникальных или, по крайней мере, интересных не только для местных жителей объектов.

Ресурсы для развития сельского туризма могут быть самыми разнообразными. Прежде всего можно выявить неровности земной поверхности, совокупность которых образует рельеф. Формы рельефа подразделяются на положительные, к которым относятся

холмы, возвышенности, горы, нагорья, и отрицательные - овраги, балки, западины, впадины и др. Привлекательность рельефа реализуется через такие его свойства, как уникальность, разнообразие, ландшафтная комплексность, историко-культурная ценность. Следует отметить, что часто привлекательностью для туристов обладают обычные типичные для туристского региона формы рельефа, но не встречающиеся на территории постоянного проживания самих туристов.

Особенно важны характеристики рельефа при прокладке прогулочных маршрутов. Их обычно прокладывают по пересеченной местности способом чередования горизонтальных участков с подъемами. Рельеф имеет исключительное значение для развития лыжного и горнолыжного туризма.

Воздействие климата на организм человека также очень важно. Для отдыха и лечения большое значение имеют световой и ультрафиолетовый режимы. Под влиянием ультрафиолета в организме человека вырабатывается витамин D. Положительное воздействие климата обычно используется в сельском туризме для организации климатолечения. При организации отдыха и лечения под влиянием длительного нахождения человека в естественных природных условиях, особенно при применении климатопроцедур, значительно повышается устойчивость организма к неблагоприятным воздействиям окружающей среды.

Термический режим характеризуется продолжительностью периодов: безморозного, благоприятного для летней рекреации, купального, а также теплоощущением человека в зимний и обеспеченностью теплом в теплый периоды. Благоприятный период для зимнего отдыха устанавливается тогда, когда среднесуточная температура воздуха достигает -5°C (но не ниже -25°C), а для летней рекреации определяется числом дней со среднесуточной температурой выше $+15^{\circ}\text{C}$.

Человек реагирует на резкие изменения погоды, особенно

атмосферного давления, влажности и температуры. Существует средняя пороговая метеочувствительность человека: перепад температуры в 6°C в сутки, перепад атмосферного давления в 5 мБ в сутки, перепад содержания кислорода в воздухе в 5 г/м^3 . Люди, страдающие нарушениями артериального давления, заболеваниями сердечнососудистой и дыхательной систем, по-разному реагируют на эти изменения. Ощущение человеком влажности воздуха связано с его относительной влажностью. В теплый период наблюдаются большие суточные колебания влажности. Для здоровых людей наиболее благоприятна относительная влажность в 40-60%.

Водоемам и водотокам принадлежит особая роль в организации отдыха в сельской местности: и большие возможности акваторий для отдыха и занятий разнообразными видами спорта, и эстетическое воздействие живописных прибрежных ландшафтов, что способствует превращению рек, озер и водохранилищ в своеобразные туристские оси. Равнинные реки, характеризующиеся небольшими уклонами, медленным течением, благоприятны для отдыха на побережье и в акватории. При проектировании зон отдыха на берегах рек необходимо учитывать режим течения. Чем извилистее река, тем неравномернее распределена скорость течения по ширине русла: у вогнутого берега она выше, чем у выпуклого. Соответственно меняется и глубина реки.

Пляжно-купальный отдых организуется на берегах практически всех водных объектов. При оценке рассматриваются условия подхода к воде, наличие и качество пляжной полосы, характер дна, скорость течения и глубина реки, преобладание слабого волнения на крупных водоемах, температура воды. Купальный сезон начинается тогда, когда температура воды достигает $+17^{\circ}\text{C}$.

Значение растительного покрова в качестве ресурса сельского туризма очень велико, так как с ним связано оздоровительное влияние ландшафта благодаря ионизационным и фитонцидным

свойствам растений. Особенно велика роль лесов, ведь именно лесные массивы способствуют повышению содержания кислорода в воздухе и его ионизации. Фитонциды - это летучие вещества, выделяемые древесной растительностью, которые стерилизующе действуют на определенные микроорганизмы. Ионизация - процесс образования ионов в воздушной среде, оказывающий очищающее действие на организм человека. Оптимальной ионизацией обладают смешанные леса, сосновые боры, а из отдельных древесных пород - сосна, береза, липа, рябина, дуб, лиственница, ель и пихта.

Привлекательными для отдыха являются луга и болота, они разнообразят ландшафт и имеют специфические виды растений. Чередование полей с перелесками и лесными массивами придает своеобразие пейзажу и радует глаз. Для организаторов отдыха важна продолжительность использования угодья, т.е. нужно знать продолжительность ягодного, грибного сезонов и время сбора лекарственных растений. Необходимо учитывать также сроки созревания различных видов ягод и появления грибов. Во многом это обуславливает разнообразие видов рекреации.

К природным лечебным ресурсам относятся, в первую очередь, минеральные воды и лечебные грязи. Минеральные воды содержат те же вещества, которые присутствуют в человеческом организме, и их лечебное действие заключается в восстановлении нарушенного равновесия. Лечебными минеральными водами называются такие разновидности подземных вод, которые благодаря повышенному содержанию минеральных компонентов оказывают воздействие на организм человека и могут использоваться в терапевтических целях.

Лечебные грязи - это осадки различных водоемов, торфяные отложения болот, извержения грязевых вулканов и другие природные образования, состоящие из воды, минеральных и органических веществ и представляющие собой пластичную, однородную, тонкодисперсную массу, применяемую в нагретом

состоянии для грязелечения.

Естественная сухость воздуха также используется в лечебных целях. В условиях крайне сухого климата вредные шлаки выводятся из организма через кожу. В условиях степного и лесостепного климата с давних времен популярно кумысолечение.

Совокупность объектов и явлений, связанных с деятельностью человека, являющихся результатами ее материального и нематериального характера, которая при соответствующих инфраструктурных и технологических возможностях может быть использована для удовлетворения специфических потребностей туристов в познании, творческом и духовном совершенствовании, называется культурноисторическими ресурсами.

2.5. Разрешение конфликтов и спорных вопросов

Возникновение конфликтных ситуаций в процессе межличностного общения - очень частое явление, поскольку конфликт является неотъемлемой частью развития любой живой системы, а именно системы взаимоотношений.

Технология преодоления конфликтной ситуации состоит из следующих этапов:

Шаг 1. Прекращение «боевых действий». Сначала нужно вывести участников из подобного состояния. В зависимости от рода действий применяются различные силы. Задача на этом этапе - прекратить нанесение взаимного ущерба и выиграть время для конструктивных действий.

Шаг 2. Анализ возникших противоречий. Выясняется, есть ли объективные причины возникшего противоречия (ограниченность ресурсов, подлежащих распределению, различия в целях, ценностях, методах поведения, уровне квалификации, образования, взаимозависимость заданий, неправильное распределение ответственности, плохие коммуникации, враждебные стереотипы, этноцентризм).

Шаг 3. Осознание того, что оснований для противостояния нет. С помощью вопросов о причинах конфликта участники приходят к иллюзорности противоречий.

Шаг 4. Примирение. Главная задача - забыть разногласия и найти весомую пользу во взаимодействии. Нахождение взаимной выгоды становится возможным благодаря вниманию к интересам, а не позициям, поиску причин противоречия, фиксации базовых интересов и их множества, поиску общих интересов, признанию права оппонента на его интересы.

В условиях гостевого дома отдыхающие стараются получить максимальное количество услуг. Поэтому первостепенная задача принимающей стороны - эффективно продать существующие услуги в процессе организации отдыха. Однако при личном предложении той или иной услуги зачастую у клиентов возникают возражения, ведущие к конфликтной ситуации.

Так, выделяют возражения по принципиальной причине (турист точно не желает покупать услугу); возражение типа «прозрачная истина» (в возражении сформулирована прямая причина отказа); возражение типа «подводные камни» (за ним кроется другая скрытая причина отказа).

Существуют рациональные причины возражений:

- непонимание преимуществ услуг вследствие недостатка информации или ошибочного ее понимания;
- непонимание преимуществ услуги для себя лично;
- потребитель считает, что его потери будут больше, чем приобретения от наличия услуги;
- желание получить больше информации.

Также существуют эмоциональные причины возражений:

- сопротивление воздействию принимающей стороны;
- сопротивление изменениям;
- демонстрация собственной значимости;
- проявление враждебности;

- желание приобрести больше уверенности перед покупкой услуги.

Этапы преобразования возражений:

- выявление возражения. Прежде всего возражения надо выслушать. Если отдыхающий их не высказывает, но и от приобретения услуги отказывается, то можно его расспросить;

- определение смысла возражения, т.е. потребности, которую хочет удовлетворить отдыхающий «А для чего вам...?» (табл. 2);

Таблица 2

Виды возражений и потребностей, которые желает удовлетворить посетитель

Возражение	Потребность клиента, скрывающаяся за возражением
Невысокое качество услуги	Доверие качеству услуги
Неизвестная сельская усадьба, нет рекламы	Получение услуги хорошего качества
Бедный ассортимент услуг	Разнообразие предлагаемых услуг
Высокие цены	Возможность сэкономить, совершить выгодную покупку
Новые и недостаточно известные услуги	Желание отдыхать традиционно
Оказание услуг с задержкой по времени	Гарантии качества предоставляемых услуг

- согласие с потребностью. Например, чувство безопасности совершенно необходимо;

- нахождение и предложение альтернативного способа удовлетворения потребности.

Также можно использовать следующие нейтрализующие формулировки при ответе на возражения:

- «Жаль, что у вас сложилось такое впечатление»;
- «Именно поэтому нам необходимо поговорить»;
- «Это очень интересно»;
- «Это бы и мне не понравилось»;
- «Мне искренне жаль, что с вами это случилось».

И фразы, выражающие понимание:

- «Я очень хорошо понимаю, что...»;
- «Я знаю, что...»;
- «Мне понятно, что...»;
- «Вполне логично, что...»;
- «Мне нетрудно войти в ваше положение, ведь...»;
- «Меня не удивляет, что...»;
- «Я разделяю ваши чувства, когда...».

ГЛАВА 3. ДИАЛОГ И ИНТЕРАКТИВНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КАК ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ РАБОТЫ С ТУРИСТАМИ В ГОСТЕВЫХ ДОМАХ

3.1. Основные социально-психологические формы взаимодействия как методы привлечения в сельском туризме

К основным социально-психологическим методам привлечения в сельском туризме относятся следующие формы взаимодействия в процессе проживания туристов на сельских территориях:

- рассказ (сказ) – основа экскурсионных туров;
- анимация – основа представления и знакомства с традициями, обрядами и бытовой деятельностью;
- мастерские или мастер-классы – основа знакомства и обучения некоторым видам деятельности в сельской местности: от игр через прикладное искусство до трудовых умений (сбор грибов, рыбалка, приготовление бани и др.);
- интерактивное взаимодействие – основа собственной активности и проявленности участников в рамках организованной деятельности для получения опыта собственной эффективности в этой деятельности (собственное участие в игровой, прикладной и трудовой деятельности);
- собственная деятельность – основа развития самостоятельных навыков в освоении того или иного вида деятельности в сельской местности (создание костюма собственными руками, приготовление тех или иных блюд, организация игры или напевание песни и т.д.).

Рассказ в экскурсии как форма вовлечения туристов предполагает максимальную активность ведущего группы, который через собственную активную включенность (эмоциональность и содержательный материал речи) управляет группой. Рассказ является основным видом в проведении экскурсии. В практике сельского туризма рассказ (сказ) рассматривается в следующих

аспектах:

- самостоятельная форма взаимодействия с участниками, а также как составная часть;
- форма работы с одним человеком и группой;
- форма организации культурного досуга;
- эпизодическое (разовое) мероприятие;
- форма распространения знаний, передачи истории и традиций;
- мероприятие патриотического, трудового, эстетического воспитания, а также как часть процесса формирования всесторонне развитой личности;
- автономная форма культурно-просветительной работы, а также как неотъемлемая часть организованного туризма;
- форма межличностного общения.

Так, исторически понятие «экскурсия» вошло в обиход в начале XIX в. В 1804 г. экскурсия была закреплена в «Школьном уставе» как форма учебно-воспитательного процесса. В этом документе указывалась необходимость совершения прогулок на природу, в музеи и т.д. Преимущества экскурсии перед другими образовательными формами заключаются в том, что объекты восприятия являются подлинниками, будь то памятники архитектуры, археологии, истории или природные объекты. И все они, неся в себе познавательное начало, являются отражением процессов развития природы и цивилизации, конкретной эпохи. Соприкосновение с подлинником само по себе бесценно, а если оно сопровождается «живыми картинками», то это поистине целое произведение искусства, настоящий спектакль. Самым важным в экскурсиях являются то, что её участники становятся непосредственными действующими лицами, а не просто зрителями происходящих событий.

Каждая экскурсия должна иметь определенную тему – разработанная тема и сценарий экскурсии являются залогом успеха.

Важно создание музейных экспонатов и экскурсионных маршрутов, знакомящих туристов с мифологией места и культурными традициями.

В последнее время популярнейшим нововведением в экскурсионный сказ является театрализация: театральные постановки в контексте народных праздников и обрядов с элементами анимации.

Анимация. Слово «анимация» имеет латинское происхождение (лат. *anima* – ветер, воздух, душа; *animatus* – одушевление) и означает воодушевление, одухотворение, стимулирование жизненных сил, вовлечение в активность. Термин «анимация» появился впервые в начале XX в. во Франции в связи с введением закона о создании различных ассоциаций и трактовался как деятельность, направленная на то, чтобы провоцировать и усиливать живой интерес к культуре, художественному творчеству.

Анимация – это своеобразная услуга, преследующая цель повышения качества обслуживания, и в то же время – форма рекламы, повторного привлечения гостей и их знакомых, преследующая цель продвижения туристского продукта на рынке для повышения доходности и прибыльности туристского бизнеса.

Анализ информационных источников показывает, что в последнее время на российском рынке все шире представлены операторские предложения, связанные с событийным туризмом: международные фестивали, карнавалы и конкурсы, народные праздники и ярмарки. Событийный туризм – перспективно и динамично развивающийся сегмент отечественного туристического рынка, в том числе сельского туризма во всех его специализациях, – имеет особое название, выше обозначенное как анимация, т.е. организация развлечений и активного проведения досуга. Анимация включает в себя проведение спортивных игр, различных конкурсов и соревнований, танцевальных вечеров, карнавалов, ролевых игр, театрализованных представлений, хобби-клубов из сферы духовных

интересов. Естественно, требуется специалист-аниматор – человек, занимающийся оформлением турпродукта и организацией рекреационной деятельности туристов.

Анимация – это целостный процесс взаимодействия аниматоров с туристами в досуговой сфере на основе соединения формального руководства и неформального лидерства специалиста, осуществляющего взаимодействие. В результате такого взаимодействия удовлетворяются оздоровительные, творческие, образовательные потребности и интересы участников данного процесса, создаются условия для начала социальной активности. Анимация вовлекает туристов в разнообразные мероприятия через участие в специально разработанных программах досуга, где ведущий задает основу активности, вовлекая присутствующих туристов.

Характерные черты анимации:

- проведение в свободное время;
- свобода выбора – турист может участвовать в активном действии или не участвовать в нем;
- приверженность национальным, религиозным, региональным особенностям и традициям;
- многообразие видов на базе различных интересов взрослых, молодежи и детей;
- гуманистический, культурологический, развивающий, оздоровительный и воспитательный аспекты.

Чтобы в полной мере понять сущность анимационной деятельности, необходимо рассмотреть содержание, цели и задачи анимационного процесса, так как каждая анимационная услуга представляет особый процесс, суть которого обусловлена конкретными закономерностями (тематичностью, эмоциональностью, активностью, целеустремленностью и т.д.).

В ходе анимационного процесса туристы увидят объекты действия, способствующие зрительному восприятию определенной

заданной темы; услышат необходимую информацию с помощью арт-действия, попробуют сделать подобное самостоятельно, ощутят сопричастность к происходящему процессу, приобщатся к процессу через встречу в арт-действии.

Анализ сущности анимационной деятельности отражает наличие взаимодействия в ней различных элементов, определяющих три уровня:

- творческий – преобладание творческих моментов в деятельности;
- репродуктивный – простое воспроизведение готовых, отработанных ранее форм и способов;
- репродуктивно-творческий – открытие человеком для себя того нового, что объективно новым не является.

Так, анимация стимулирует полноценную рекреационную, социально-культурную, досуговую деятельность человека путем воздействия на его жизненные силы, воодушевление и одухотворение. Анимация в туризме – это услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие. Она основана на личных человеческих контактах с туристом, человеческой близости, совместном участии аниматора и туриста в развлечениях, предлагаемых программой.

Одним из подвидов анимации является театрализация в условиях аутентичной среды. Театрализация представляет собой художественное осмысление реального жизненного или исторического события. Она всегда ситуативна, вызывается определенными социальными потребностями личности. Кроме того, театрализация в сельском туризме является одной из форм проведения экскурсии и формой анимации.

Проекты театрализованного и событийного туризма могут включать в себя традиционно проводимые конкурсы, фестивали, национальные праздники, этнографические посиделки и т.д.

Театрализованные праздники и обряды – это некое

общественное явление, отражающее культурное наследие и его трансформацию в современных условиях, проще говоря «на новый лад». Главное преимущество театрализованного действия – это активная и обязательная непосредственная задействованность участников в происходящих событиях. В социально-культурном туризме используется чаще всего одна из форм театрализованного действия – игровая. Возникающая игровая ситуация ставит человека в положение участника, а не зрителя театрализованного действия. Следует отметить, что верно найденная организаторами с помощью игры ассоциативная образность создает необходимую для театрализованного действия атмосферу, помогает создать у собравшихся активный эмоциональный настрой. Для создания игровой театрализации характерно образное решение, как правило, с удовольствием развивающееся всеми участниками во время воплощения действия в жизнь.

Праздничность – это ощущение радости, бодрости, приподнятости духа, т.е. эмоциональный подъем. Способствование развитию положительных эмоций – важная задача, так как при недостаточно благоприятных условиях развития цивилизации в качестве оказания услуг в проживании, коммуникация и яркость традиционного уклада, а также специфика коммуникации, носящая оттенок местного колорита, составляют основное качество привлечения туристов в сельские гостевые дома и крестьянские (фермерские) хозяйства.

Так, театрализованные праздники действия дают участникам новую интересную информацию и поднимают настроение. Участие в театрализованном шоу отвечает потребностям в социальном общении. Таким образом, театрализация является особым видом социально-культурной деятельности с постоянно возрастающим спросом на нее в туристическом бизнесе. При организации театрализованного действия необходимо строго дифференцированно подходить к участникам мероприятия, т.е.

учитывать их возраст, профессию, место проживания и, насколько это возможно, интересы, жизненный опыт.

Праздничное общение характеризуется тем, что сочетает в себе межличностное общение с массовым. В отличие от спектаклей в театрализованном празднике зрители-участники-туристы являются непосредственными участниками. Успех театрализованного действия в большей степени зависит от того, насколько предусмотрены в его сценарном замысле возможности общения как участников друг с другом, так и участников экскурсии с актерами.

Театрализованное массовое действие предполагает несколько основных этапов:

- первый – подготовка к мероприятию. Включает в себя широкое информирование, разнообразную рекламу театрализованного шоу, разработку сценария, подбор исполнителей, выбор места действия и многое другое;

- второй – непосредственное проведение праздника, т.е. воплощение в жизнь сценария театрализованной экскурсии: организация праздника, вступительная часть, цепь эпизодов, кульминация и финал;

- третий – активизация участников праздника после окончания театрализованного действия, включающая в себя проведение различных конкурсов, соревнований, а также самостоятельных выступлений и т.д.

Метод театрализации – это не только одна из новых форм туристического обслуживания, но и значительное социально-педагогическое явление, представляющее собой сложное произведение сценического искусства. Конкретные театрализованные праздники проводятся для конкретной аудитории, как правило, один раз. Поэтому организаторы должны именно с этого первого и единственного раза так воздействовать на участников мероприятия, чтобы все поставленные задачи были

решены. В данном виде искусства репетиций «на зрителях не бывает».

Особое место в театрализованном празднично-обрядовом действии занимают народные традиции и фольклор, которые являются богатством, выработанным поколениями и передающим в эмоционально-образной форме исторический опыт, культурное наследие.

Можно предложить следующие довольно простые приемы для привлечения участников в театрализованное действие:

- костюмирование участников, стимулирующее их активность и выступающее своеобразной движущей силой всего происходящего. Оно позволяет ускорить процесс адаптации в нем участников праздника за счет ролевого общения, что импонирует участникам всех возрастов;

- коллективная импровизация, представляющая собой спонтанную художественную реакцию человека на происходящее действо;

- различные формы состязаний в форме игрового конкурса. Конкурсы могут быть интеллектуальной, спортивной, музыкальной направленности. Желательно, чтобы они имели шуточный характер с вручением небольших, но символических, знаковых призов;

- ритуальное действие – является обязательным структурным элементом, специфической особенностью любого театрализованного празднично-обрядового мероприятия, опирающегося на народные традиции. Использование ритуального действия связано как с календарными праздниками (такими как встреча весны, приход лета, проводы зимы), так и с выполнением определенных обрядовых действий исторического характера;

- создание исторического фона с помощью особенностей (архитектурных, географических и др.) места проведения праздника. Если театрализованное шоу проводится просто в красивом природном уголке, но должно воспроизвести конкретное

историческое событие, следует использовать, кроме костюмирования, определенные приемы: символическое воссоздание древних жилищ (юрты, шатра, палатки, шалаша), старинных ярмарок с использованием реконструированных или стилизованных предметов.

Театрализованный праздник позволяет людям через выразительную деятельность получить большое положительное эмоциональное воздействие в результате непосредственного участия в празднике. Особо интересны на сегодняшний день в воспитательном патриотическом значении исторические шоу и мероприятия, в которых участники знакомятся с народными традициями и обычаями народов, характерными для данной местности.

Театрализованные действия являются неотъемлемой частью организации досуга в сельском туризме, когда туристы становятся свидетелями уклада жизни местного населения, непосредственными участниками обрядов, ритуалов и традиционных действ. Игровое действие строится на использовании эмоционального заряда и вызывает неподдельный интерес и у взрослых, и у детей.

Театрализованные праздники в качестве инновационных приемов в сельском туризме могут служить серьезной основой и развивающего, и коммуникативного, и эмоционального воздействия на участников представления. Быть туристом – это увидеть и быть непосредственным участником чего-то нового.

М. Изотова, Ю. Матюхина (2014) приводят примеры театрализованных программ, разработанных в разных городах и регионах России. Самыми распространенными театрализованными праздниками на территории нашей страны являются до сих пор популярные языческие праздники, совмещенные с праздниками православными, например празднование Масленицы. Также популярны театрализованные русские праздники: Рождество,

Святки, День Святой Троицы, Ивана Купалы, праздник урожая, осенние капустники и т.д. Эти праздники заменяют собой популярные у туристов, посещающих западные, а также южноамериканские страны, карнавалы.

Среди театрализованных анимационных действий часто организуются тематические этнографические посиделки, проводимые непосредственно на территории гостевых домов. В уютной обстановке, чаще всего с чаепитием, участники такой театрализованной экскурсии погружаются с помощью музейных экспонатов, антуража в обстановку старины. Участие в подобных этнографических праздниках возвращает в генетическое прошлое и актуализирует патриотическое отношение к родине. Такие формы событийного туризма способствуют сохранению этнокультурного наследия того или иного региона, знакомству с ним туристов из других областей и стран, а в перспективе – привлечению в регион все большего числа посетителей.

Все анимационные театрализованные проекты основываются на местном материале, что делает их особо привлекательными при изучении истории народных традиций, местного фольклора, культурно-исторических событий и истории родного края. Благодаря отлично поставленной всесторонней подготовке любого проекта получают реконструкция не только отдельных предметов быта и старинных ремесел, но и целых эпох, восстановление достаточно значительного пласта жизни, который является частью нашей древней истории.

Мастер-класс – занятие-урок, даваемый мастером-экспертом в данном виде деятельности; в данном случае ремесла или иного вида деятельности. Основан на методике наблюдения: мастер-класс дает возможность учиться, наблюдая, как мастер обучает других, и в итоге попробовать сделать самому.

Слово «мастер-класс» пришло к нам из английского языка (англ. master – мастер, человек, обладающий знаниями и опытом в

определенной области; class – занятие, урок). На мастер-классе люди могут ознакомиться с авторскими методиками и наработками, научиться применять данные технологии на собственной практике. Главное условие – чтобы человек без специальной подготовки и знаний мог самостоятельно сделать то же, что и «мастер».

Мастер-класс в сельском туризме – это создание пространства для знакомства с традициями через творческую или трудовую деятельность под руководством мастера. Это могут быть мастер-классы по изготовлению предметов домашнего обихода и рукоделия, приготовлению пищи, освоению навыков по ловле рыбы, сборанию грибов, ягод и т.д. Задача – познакомить с технологиями традиционного уклада сельской жизни, а также обучить туристов некоторым их них.

Интерактив – это приглашение ведущими в активную творческую или трудовую деятельность туристов в полном контакте с объектами взаимодействия. Во время интерактива гости становятся непосредственными участниками происходящего шоу или концертного номера. Своего рода интерактив – это игра. Все методы привлечения строятся по принципу диалоговой деятельности.

Слово «интерактив» пришло к нам из английского от слова interact (англ. inter – взаимный, act – действовать). Интерактивность означает способность взаимодействовать или находиться в режиме беседы, диалога с чем-либо или кем-либо. Следовательно, интерактивное взаимодействие – это, прежде всего, диалог, в ходе которого осуществляется взаимодействие, погруженное в общение. При этом «погруженное» не означает «замещенное». Интерактивное взаимодействие сохраняет конечную цель и основное содержание процесса в совместной деятельности. Оно видоизменяет формы с транслирующих (анимационных) на диалоговые, т.е. включающие в себя общение и обмен информацией, основанной на взаимопонимании и взаимодействии.

Интерактив предполагает активную собственную деятельность участников процесса, а именно туристов, находящихся в непосредственном взаимодействии во время предлагаемого арт-действия. Так, например, в театрализации от анимации – представления – можно перейти непосредственно к взаимодействию через организацию ролевых игр в контексте проекта.

Значение театрализации в анимации способствует развитию культурного туризма и его новых форм. Она создает зрительное восприятие истории, повышает эмоциональную оценку того или иного культурно-исторического памятника. При театрализованном шоу происходит взаимодействие информационно-логического и эмоционально-образного воздействия, отражающееся в единстве формы и содержания театрализованного праздника.

Создаваемые игровые ситуации всегда привлекали участников разных возрастов. Основная концептуальная идея ролевых игр состоит в том, что ситуационно-ролевая игра решает коммуникативные задачи и дает возможность имитации предметно-практических действий, позволяет обеспечить два диалектически взаимосвязанных процесса развития личности: овладение субъектом ролевым поведением (социальная адаптация) и самореализация в рамках ролевых предписаний (индивидуализация). Кроме того, ролевая игра демонстрирует чередование и взаимопереход:

- переживаний и размышлений;
- ситуаций игровой деятельности и деятельности по поводу игры.

Ситуационно-ролевая игра позволяет реализовать идею социального закаливания – контрастных точечных прикосновений к личному и социальному опыту молодого человека с целью повышения его сопротивляемости негативному воздействию среды обитания, мобилизации потенциала для продуктивного решения

жизненных трудностей, успешной адаптации в разнообразных ситуациях. Участие в больших и малых формах ролевых игр позволяет детям и взрослым на собственном опыте пережить ситуации реализации или нарушения их прав. Эмоциональный опыт, приобретенный в ходе игры, пробуждает интерес к проблеме и побуждает проработать эту проблему более подробно.

Эффективность использования игровых технологий опирается на следующие аспекты возрастной психологии. Во-первых, человеку на протяжении жизни свойственно обыгрывать различные ситуации; во-вторых, в младшем, дошкольном возрасте игра является основной формой общения с окружающим миром; в-третьих, вырастая и приобретая навыки общения, подростки склонны воспринимать игру как наиболее привлекательную форму взаимного общения. Наиболее привлекательной и для взрослых, и для подростков является ролевая игра, так как именно в ней человек может попробовать себя в различных ролях, продемонстрировать умения и таланты, которые, по его мнению, никто не замечает.

Игра принимает для участников социальную окраску.

Существует несколько разновидностей ролевых игр.

Деловые игры, целью которых является выработка умений и навыков, необходимых для специалиста в той или иной сфере. Переживания некой ситуации в игре могут дать новый эмоциональный, социальный и интеллектуальный опыт и даже полностью изменить какие-то представления.

Дидактические ролевые, или имитационные, игры. Они являются одним из основных методов активного обучения. Такие игры создают ситуации, обязательно связанные с реальными событиями или социальными явлениями, что обеспечивает успех их использования в познавательной деятельности. Анализируя игровые события, ребенок дает оценку реально происходившим событиям, отраженным в игре. Результатом участия в игре могут быть как эмоциональные, личностные, так и интеллектуальные

изменения. Чаще всего такие игры повышают учебную мотивацию, возбуждают интерес учащихся к изучаемому явлению.

Игры-драматизации (разыгрывание сценок, исполнение ролей). Участникам таких игр предлагаются некая ситуация (чаще всего конфликтная) и описание персонажей, участвующих в ней (роли). Игроки выбирают себе роли и разыгрывают взаимодействия между персонажами. Такие игры помогают узнать и изучить разные точки зрения на проблему, учат отстаивать свою точку зрения. Примером малых ролевых игр может служить обыгрывание сценок – ситуаций, позволяющих участникам найти свое решение в той или иной ситуации.

Игры-модели, игры-имитации. Эта группа объединяет в себе более сложные игры, не ограничивающиеся одной сценой, предполагающие много разных вариантов развития событий. Именно игры-модели более всего используются в культурном сельском туризме – разыгрывание исторической ситуации в непосредственном действии на местной территории.

Игра-путешествие, игра-квест – решение задач в рамках традиций перехода от точки к точке.

Игра – воспроизведение исторического события. Примером деловой игры могут служить так называемые управленческие поединки.

Управленческие поединки — это авторская социальная технология, разработанная В.К. Тарасовым и применяемая для обучения, развития и оценки руководителей и персонала. Участники тренинга (два человека), принимающие участие в поединке, получают возможность в течение 10 мин применить свои персональные управленческие технологии путем публичной выработки решения в конкретной ситуации при наличии активного оппонента.

У каждого участника есть помощник – секундант. Секунданты помогают готовиться игрокам до начала поединка. Во время

поединка они сидят за игровым столом рядом со своими игроками, во время игровых диалогов – молча наблюдают за поединком. Никаких активных действий они предпринимать не могут (что-то говорить, жестикулировать или делать еще что-либо, что отвлекает игроков и/ или других участников), но могут вести записи для себя. Во время поединка у секунданта есть право взять паузу (один раз за поединок, в свое время) или заявить протест.

Чем большим управленческим опытом обладают игрок и секундант, тем более качественной является их совместная работа на этапе подготовки игрока к поединку. Пространством измерения управленческого мастерства участников поединка являются ситуации, которые известны и игрокам, и судьям (поскольку письменно изложены в материалах тренинга). Понятны роли и интересы в конкретной ситуации. На этапе подготовки выявляется способность секунданта и игрока создавать адекватную картину мира для дальнейшего построения и реализации наиболее успешного управленческого решения. И часто именно на этом этапе решается исход будущего управленческого поединка.

Наличие ограниченного временного ресурса (по 5 мин у каждого участника на шахматных часах) и 9 судей, которые после окончания данного времени путем голосования определяют победителя в конкретном поединке, позволяет выявить конкурентные преимущества персональной управленческой технологии. Обязательные комментарии каждого судьи, объясняющего свое решение, дают участникам поединка ясное понимание сильных и слабых мест в персональной управленческой технологии.

Крайне важно, что судьи разделены на три судейские коллегии по три судьи в каждой. Название данных коллегий следующие:

- «нанимающиеся на работу»;
- «отправляющие на переговоры»;
- «доверяющие собственность».

Указанные коллегии задают три координаты, на которые и происходит проекция того или иного управленческого решения, которое было реализовано в поединке участниками. Управленческое решение – это всегда совершение выбора, который влечет за собой определенные последствия, а также создает необратимость ситуации. Если до принятия решения существовало несколько альтернатив будущего, то после его принятия возникает некая необратимая последовательность событий, которая развивается в соответствии с логикой данного управленческого решения до наступления следующего момента, когда требуется принять очередное управленческое решение.

Как же судья делает свой выбор? Все зависит от того, к какой коллегии относится судья. Если судья относится к коллегии нанимающихся на работу, то он выбирает, к кому из двух участников поединка он бы нанялся на работу. Очевидно, что во время поединка, участники, принимая управленческие решения, отстаивая свою правоту, приводят аргументы и контраргументы, дают возможность судьям увидеть определенные менеджерские качества. У каждого судьи-менеджера (судят поединки во время тренинга сами участники тренинга) есть свои критерии выбора. Судья видит будущего потенциального работодателя во время поединка в различных ролях и ситуациях, что позволяет ему составить достаточное представление для совершения выбора. Комментируя свое решение после голосования, каждый судья объясняет свой внутренний выбор участникам.

Если судья относится к коллегии отправляющих на переговоры, то он выбирает, кого из двух участников поединка он бы предпочел отправить вместо себя на важные, ответственные переговоры. Таким образом, в данной коллегии судьи-участники тренинга наблюдают, как умеют отстаивать свои интересы участники, насколько хорошо видят цель, умеют ли удерживать в переговорах инициативу. Каждый из судей сам решает, какие

качества для него являются наиболее важными.

Если судья относится к коллегии доверяющих собственность, то он выбирает, кому из двух участников поединка он бы доверил в управление бизнес. Судья в данной коллегии, прежде всего, оценивает, насколько хорошо участник при выработке управленческого решения заботится о сохранности и приумножении собственности, будь то деньги или какие-либо другие ресурсы.

Управленческий поединок – интеллектуальное публичное единоборство двух игроков, где каждый стремится показать свое мастерство в решении заданной конфликтной управленческой ситуации, выступая в разных ролях. Мало только добиться результата, желательно сохранить отношения и остаться положительным героем!

Освоив методику управленческого поединка, хозяева могут предлагать его проведение на базе собственного гостевого дома. Клиентами будут руководители предприятий, желающие оценить потенциал своих менеджеров.

В последнее время получили развитие ролевые игры, которые проводятся как по произведениям в стиле «фэнтези», так и по конкретным историческим событиям. Это направление туризма на самом деле совершенно инновационное, рассчитано на определенный круг людей. Участие в ролевых играх привлекает с целью побывать в другой ситуации, попробовать себя в какой-либо роли.

В рамках игры необходимо, с одной стороны, создать мифологию, основанную на реальных исторических событиях, с другой – расписать сценарий (правила) ролевого взаимодействия, организовать фото и видеосъемку, а также постанализ эмоциональных переживаний после игрового взаимодействия.

За развитием ролевых игр в контексте «живых» туристических маршрутов стоит развитие сельского туризма, так как, во-первых,

это вызывает большой интерес к различным периодам как российской, так и мировой истории; во-вторых, строгие правила игр категорически запрещают применение любых наркотических средств, ограничивают потребление спиртного и т.д.; в-третьих, игроки принимают участие в экологических акциях; в-четвертых, у молодых людей появляется замечательная возможность расширить круг общения со своими единомышленниками и, в-пятых, проведение ролевых игр в широком масштабе способствует развитию совершенно нового направления в российском социокультурном туризме, так как для участия в играх потенциальным игрокам приходится подчас пересекать половину страны.

Кроме того, непосредственное активное участие в происходящем действии повышает и интеллектуальные познания молодых людей, и их общее эмоциональное состояние, дает положительный выход энергии, а заодно и положительный заряд новых сил.

Для развития популярности сельского туризма необходимо развивать туристические маршруты, поддерживая тесную связь с организаторами реальных ролевых игр. Возможно, это направление и не станет слишком массовым, но вполне способно вовлечь в проведение интересных мероприятий достаточно большое количество участников. В рамках ролевого взаимодействия решается много задач, отвечающих контексту повышения интерактивности в сельском туризме, а значит, – воспитывается патриотический дух, и развиваются навыки непосредственного общения в диалоге, так необходимые в сегодняшнем виртуально организованном мире.

Общение – сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностью в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку совместной стратегии взаимодействия,

восприятие и понимание другого человека. Традиционно выделяют три стороны общения: информативную (обмен информацией), интерактивную (выработка стратегии и координация совместных действий индивидов), перцептивную (адекватное восприятие и понимание друг друга).

Общение полноценно, когда в нем присутствуют все три названные стороны и проходит на вербальном и невербальном уровнях. Оно невозможно без диалога. Диалог – основа коммуникации, где решаются задачи создания эмоциональной близости между участниками.

Существует семь основных принципов диалога:

- доброжелательность и безоценочность в высказываниях;
- уместность диалога в контексте места и времени;
- обозначение темы диалога;
- четкая цель;
- владение языком на достаточном уровне для понимания и общения;
- управляемость эмоциональным состоянием во время диалога;
- адаптируемость к индивидуальным особенностям участников диалога и откликаемость.

Особенность ведения диалога в гостевом формате связана в первую очередь с тем, что хозяин/хозяйка создает пространство для беседы и именно он/она является инициатором взаимодействия.

Диалог помогает в удовлетворении базовых эмоциональных потребностей – быть слышимым, быть видимым, быть принятым в любых эмоциональных состояниях и быть «обнятым», т.е. иметь разного качества прикосновения (вербальная поддержка и комфортные физические условия для ведения диалога) (С. Тортора, 2011).

Существует несколько правил ведения диалога:

- важно быть приветливым, спокойным, говорить о том, что

происходит на самом деле, избегая негативных оценок;

- важно задавать ясные вопросы открытого типа, начинающиеся с вопросительных слов (кто, что, как и т.д.);
- необходимо отражать чувства туриста, которые связаны с ситуацией разговора.

Основная задача диалога – создать пространство для коммуникации и снизить тревогу от ожидания нового. Формы диалогового взаимодействия связаны с активностью/пассивностью обеих сторон.

Активность хозяина/хозяйки (от высокого уровня активности – к низкому): рассказ, анимация, мастер-класс, интерактив, собственная самостоятельная деятельность. Активность туриста (от низкого уровня активности – к высокому): рассказ, анимация, мастер-класс, интерактив, собственная самостоятельная деятельность.

Так, активность повышается за счет создания специальных форм взаимодействия с туристом, где он получает собственный персональный опыт переживания и личной эффективности в деятельности на сельских территориях.

Собственная активная деятельность – это активное взаимодействие человека со средой обитания, результатом которого должна быть ее полезность, требующее от человека высокой подвижности нервных процессов, быстрых и точных движений, повышенной активности восприятия, внимания, памяти, мышления, эмоциональной устойчивости. Для понимания собственной активной деятельности следует учитывать несколько ее важных характеристик.

Человек и деятельность неразрывно связаны. Деятельность есть неперенное условие человеческой жизни: она создала самого человека, сохранила его в истории и предопределила поступательное развитие культуры. Следовательно, человека вне деятельности не существует. Верно и обратное: нет деятельности

без человека.

Так, собственно активная деятельность способствует повышению познавательной мотивации и развивает чувство принадлежности – авторства тому, что совершается в процессе деятельности.

Деятельность есть преобразование окружающей среды. Животные приспособляются к природным условиям. Человек способен активно изменять эти условия, таким образом обнаруживая собственную личную эффективность.

Деятельность выступает в качестве творческой, созидательной активности: человек в процессе своей деятельности выходит за границы природных возможностей, создавая нечто новое, не существовавшее ранее в природе, творчески преобразует действительность, себя самого и свои социальные связи и таким образом выстраивает новые качественные эмоциональные связи со средой.

Обобщая сказанное, можно выделить основные компоненты, участвующие в формировании интерактивного пространства, – от рассказа до активной самостоятельной деятельности туриста в специально организованном пространстве.

Пропорциональное отношение между активностью ведущего (хозяин/хозяйка) и участников процесса (турист) представлено на рис. 3 и в табл. 3.

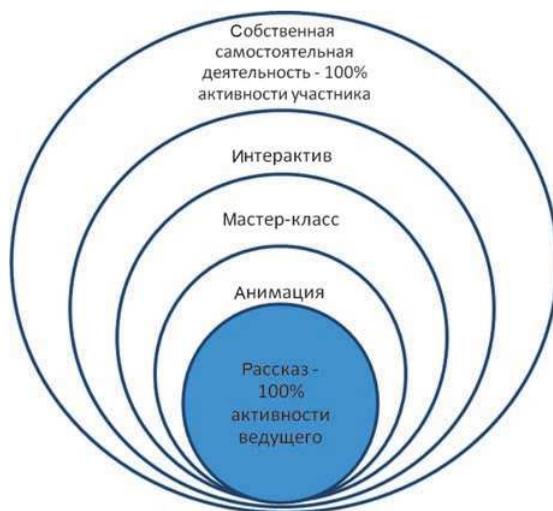


Рис. 3. Диаграмма соотношения активной позиции ведущего/участника

Таблица 3
Соотношение активного включения участников процесса взаимодействия (хозяин-турист), %

Активност ь	Формы взаимодействия				
	рассказ	анимация	мастер-класс	интерактив	самостоятельная активная деятельность
Ведущий	100	75	50	25	10
Участник	10	25	50	75	100

3.2. Технология интерактивного взаимодействия в сельском туризме

Психология «гостя». От «здравствуйте» к «до свидания». Рассмотрим основные этапы проживания туристов в гостевом доме и их психоэмоциональное состояние в зависимости от актуальной ситуации проживания.

Выделяются три основных этапа (рис. 4):

- встреча (знакомство, обустройство, знакомство с правилами проживания);
 - собственно проживание (совместный быт, развлекательно-познавательная программа, получение новых знаний, умений, навыков);
 - расставание (обратная связь, обмен адресами, выстраивание долгосрочных отношений).



Рис. 4. Этапы гостеприимства

Этап 1. Встреча

Данный этап характеризуется наличием тревоги, связанной с ситуацией неизвестности:

- со стороны хозяев – это незнание людей (гостей) и их характерологических особенностей, но хозяева обладают знанием местности, обычаев и правил проживания;

- со стороны гостей – незнание людей (хозяев) и их характерологических особенностей и незнание ни местности, ни специфических правил проживания и т.д.

Следовательно, адекватность реагирования гостей на условия проживания зависит от степени адаптируемости их психики. Тем не менее есть определенные правила взаимодействия, максимально нивелирующие тревогу гостей.

Тревога – это психоэмоциональное состояние, отражающее аффективное переживание страха.

Главное условие, при котором психика справляется с ситуацией неопределенности (Дж. Ходоров, 2009), – это создание ритуалов встречи, ясных правил и предсказуемых действий, поэтому важно познакомить гостей с местом и условиями проживания, правилами проведения досуга, организации быта, а также с остальными постояльцами.

При организации знакомства важно следующее:

- создание специального места/времени для знакомства;
- возможность рассказать о себе, доме и месте, необходимая информация и для хозяев, и для гостя;
- исключение «панибратства» и оценочных суждений по отношению к гостям;
- знакомство гостей с укладом жизни и особенностями местности, а также друг с другом.

Первая встреча всегда сопряжена с тревогой неизвестности, которая запускает различные механизмы защиты от «желания понравиться» до «желания обесценить существующий уклад и установить собственные правила».

Для хозяев гостевых домов важно помнить следующее:

- тревога является неотъемлемой частью вхождения в новую структуру отношений (новые знакомства, уклад, ситуация проживания);
- тревога запускает различные механизмы защиты и у хозяев, и

у гостей – от «угодить» до «напасть»;

- тревога связана с неизвестностью и небезопасностью, поэтому важно создавать специальные места и условия для знакомства.

Правила жизненного уклада в доме создают границы взаимодействия между туристами и хозяевами и способствуют созданию пространства безопасности в коммуникации. Правила должны быть ясными, простыми и объяснимыми, в противном случае возникают осложнения в выстраивании коммуникации. На этом этапе наиболее адаптивными к решениям социально-психологических задач будут такие способы взаимодействия с туристами, как рассказ и анимация с элементами интерактивного взаимодействия в процессе знакомства.

Этап 2. Проживание

Быт. Совместная бытовая деятельность способствует эмоциональной совместной настройке жителей одного пространства и снижает психоэмоциональное напряжение. Режим каждого дня – это ритм жизни.

Бытовая деятельность в сельском туризме, особенно в крестьянском (фермерском) хозяйстве, является неотъемлемой частью условий проживания. Поэтому хозяевам важно организовать включение гостей в повседневную деятельность жителя села/деревни/фермы.

Это могут быть приглашения стать свидетелями того или иного повседневного действия – накормить животных, половить рыбу, истопить баню, приготовить пищу или сервировать стол и т.д.; обращения с просьбой о помощи в выполнении простых действий, не требующих специальных трудовых или традиционных навыков.

Включенность в бытовую/трудовую деятельность создает ощущение принадлежности к данному сообществу. Это происходит через рассказ-анимацию как показ – частичный мастер-класс.

Коммуникация. Взаимодействие в процессе проживания должно давать ощущение, что «каждому есть место». В процессе организации коммуникации между хозяевами и гостями важно продумывать правила взаимодействия в рамках досугово-образовательной деятельности. Важно помнить, что эффективность коммуникации будет зависеть от ясных правил взаимодействия, а также от организации включенности каждого в собственно деятельность в процессе проживания на территории гостевого дома и крестьянского (фермерского) хозяйства.

Хозяевам важно помнить о базовых потребностях гостей (быть видимым – быть слышимым – быть принятым – быть «обнятым»).

Схема связи базовых потребностей и форм взаимодействия в зависимости от количества часов пребывания в гостевом доме, а также выбора формы социально-психологического взаимодействия представлена на рис. 5.

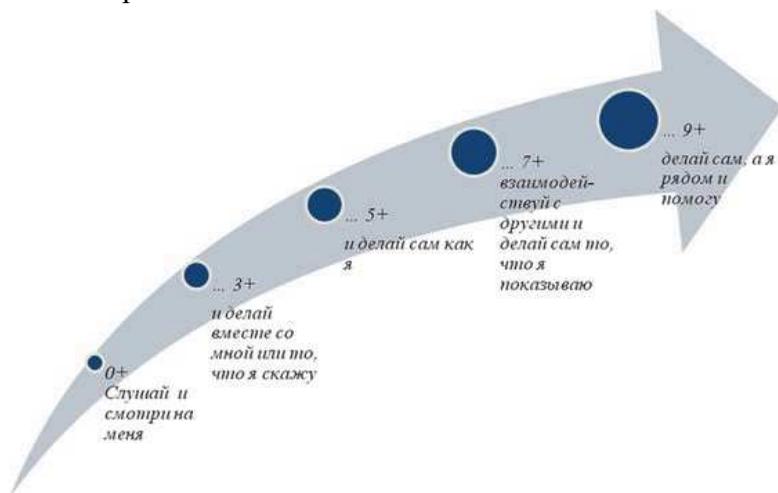


Рис. 5. Схема форм взаимодействия и невербальных посланий социально-психологических форм взаимодействия

В самом начале взаимодействия (от 0 ч (0+) полезнее рассказ,

экскурсия с элементами театрализации (рушник, хлеб-соль и т.д.), так как собственно рассказ предполагает максимальную активность хозяев и минимальную активность гостей. Таким образом гости знакомятся и синхронизируются с ритмом местности и правилами местного проживания.

Далее полезна анимация как метод выборочного включения туристов и усиления активности в диалоговом взаимодействии – это организация хлебосольных столов-знакомств, разучивание песен, танцев, приготовление пищи и создание пространства совместного проведения досуга и т.д. (от 3 ч и далее (3+)).

Как только происходит знакомство с традициями и устоями местного проживания, полезны организации мастер-классов, чтобы туристы могли овладеть некоторыми специфическими навыками в традиционных промыслах. Это создает атмосферу повышения ценности проживания на данной территории (от 5 ч и более (5+)).

Далее происходит естественное непосредственное взаимодействие между участниками и хозяевами. Участники получают опыт ощущения себя «как дома» (от 7 ч активного взаимодействия (7+)).

Вершина переживания ответственности за сотворчество – это собственная деятельность, которую организуют для туристов хозяева (от 9 ч активного взаимодействия (9+)).

Совместная деятельность. Данный вид взаимодействия предполагает организацию досуговой деятельности с использованием различных мастер-классов, интерактивного пространства взаимодействия в рамках совместного быта, а также создание непосредственного опыта получения навыков в освоении традиционного ведения хозяйства и прикладных искусств.

Таким образом, технология интерактивного взаимодействия с туристами в рамках сельского туризма включает в себя все формы социально-психологического взаимодействия на различных этапах проживания.

Этап 3. Расставание

Данный этап характеризуется подведением итогов, согласованием целей и мотивации приезда и достижения поставленных целей и ожиданий. На этом этапе происходят установление обратной связи, обмен адресами, переговоры по дальнейшим формам взаимодействия: совместные фотографии, сувенирная продукция на память, завершающие ужины и другие мероприятия, организация трансфера.

На данном этапе важна обратная связь с гостями. Необходимо рассказать, что для Вас оказалось ценным во взаимодействии именно с этими гостями, чем они были для Вас особенными. Это создает особую атмосферу эмоциональной близости между гостями и хозяевами, что способствует созданию прочных эмоциональных связей и ощущению себя важной частью данного пространства.

Специфика организации познавательно-образовательной и досуговой деятельности связана, во-первых, со спецификой места (сельской территории и качества социальных услуг), во-вторых – с акцентом вида сельского туризма, развиваемого на данной территории, в-третьих – с интересом хозяев гостевых домов (табл. 4).

Таблица 4

Распределение видов туристической деятельности в рамках сельского туризма

	Патриотически е функции	Познавательные/развивающие функции	Оздоровительные функции
Природа	Экотуризм, восстановление природных ландшафтов	Экотуризм, знакомство с мифологией данной местности (обряды, этнофестивали и др.)	Экотуризм, лечебно-профилактические туры
Быт и традиции	Мастерские, восстановление	Мастерские, знакомство с	Восстановление психоэмоционального

	деревень, знакомство с традициями	традициями, передача, распространение опыта и знаний	состояния через изменение обстановки и условий проживания
Культура и история	Экскурсии и экспедиции по восстановлению исторических фактов	Экскурсии, анимационные туры, экспедиции по историческим и культурным местам	Экскурсии и оздоровительные туры к историческим целебным физически и духовно местам (паломничества)

ГЛАВА 4. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И РЕКЛАМА СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

В предыдущих главах были представлены основные составляющие, которые обуславливают минимальные условия, при наличии которых уже можно начинать работать. Однако этого недостаточно для более успешной деятельности. На практике часто случается, что хозяин рискует и начинает дело без детального анализа уровня своего туристского продукта и путей его улучшения. Не хотим убеждать, что такой риск обречен на неудачу, однако вероятность такой неудачи будет меньше, если ваши сильные и слабые стороны будут проанализированы.

Место на рынке

Задайте себе вопрос: какой клиент является потенциальным для сельского туризма и, в частности для вашего гостевого дома, и как его найти?

Чаще свой отпуск хотят провести в селе семьи с детьми до 12 лет, люди пенсионного возраста, а также те, кто может позволить себе не одно путешествие для отдыха в течение года. Место для отдыха они выбирают на расстоянии, которое можно преодолеть в течение одного дня. В целом сторонники отдыха на селе не отличаются от других туристов, но преобладают люди с доходами ниже средних. На выбор такой формы отдыха влияют следующие факторы:

- умеренные цены, особенно в сравнении с другими предложениями отдыха;

- сельский туризм соответствует требованиям семейного отдыха;

- контакт с природой, животными, качественное домашнее питание. Кроме того, для себя необходимо определить, будете ли вы формировать специальное предложение, адресованное определенному типу клиентов. При этом следует предусмотреть соответствующий квалификационный уровень владельцев гостевых домов и уровень обустройства, приспособленный для этого типа гостей.

Семьи с детьми. Если вы планируете принимать гостей такой категории, то необходимо обратить внимание на следующие критерии:

- наличие домашних животных и возможность безопасного контакта с ними;

- наличие пространства для развлечений в доме и во дворе, площадки для игр, игрового инвентаря, детских велосипедов, самокатов и т.д.;

- возможность установления контактов с другими детьми;

- наличие мест для организации пикников, велосипедных прогулок, конкурсов и т.д.

Старшее поколение. Гости постарше имеют, как правило, более высокие требования, однако они - благодарные клиенты и часто именно они являются теми гостями, которые приезжают после окончания основного сезона. Обратите внимание, что не рекомендуется одновременное пребывание в одном доме лиц старшего возраста и детей, хотя иногда обе стороны чувствуют себя хорошо в таком обществе. Поэтому следует предупреждать гостей о такой ситуации при договоренности об отдыхе. Отдыхающие этой категории имеют следующие ожидания:

- комнаты с санитарным узлом и удобной душевой кабинкой

(в летнее время - летняя душевая и опрятный туалет во дворе);

- уютный дом и ухоженный огород;
- удобные лестницы;
- удобные кровати, кресла, стулья и скамейки;
- близость медицинских учреждений;
- высокие кулинарные требования (например, диетическое питание).

Корпоративные группы. С каждым годом увеличивается число групп отдыхающих, объединенных общими семейными или профессиональными интересами, которые выезжают в деревню в выходные или праздничные дни. В этом случае вы должны быть готовы к движению и шуму в доме, потому что в основном это молодежь, которая ищет развлечений и приключений. Они ожидают вкусной кухни, приемлемых условий размещения и с удовольствием принимают предложения относительно вариантов проведения досуга.

Любители природы. Это особая категория гостей со специфическими, экологическими интересами. Главная цель этих людей - отдых от городского ритма жизни, наблюдение за природой, птицами, насекомыми, сбор ягод и лекарственных растений, собственные исследования. Такие гости предпочитают традиционную сельскую усадьбу, дикую природу и редкие виды растительности, интересуются мерами по охране природы, уровнем экологического благополучия, ведением сельского хозяйства. Хозяевам необходимо быть готовыми к приготовлению вегетарианских блюд с использованием домашних продуктов питания.

Иностранные туристы. В основном потребности и требования они имеют те же самые, что и российские граждане, но вы можете столкнуться со следующими требованиями:

- соблюдение чистоты и порядка, а также состояния окружающей среды;

- особые ожидания относительно питания (можно предложить два или три вида меню, при этом рекомендуется учитывать типично местные блюда);
- необходимость владения хотя бы одним иностранным языком;
- потребность более строгой безопасности личных вещей и имущества (например, обеспечение автомобиля гаражом).

Реклама сельского туризма. Стимулирование сбыта

Комплекс стимулирования сбыта включает в себя рекламу, взаимодействие со СМИ, спонсорство, мероприятия по содействию продаже, отклики прессы. Назначение комплекса стимулирования состоит в представлении новых услуг и выходе на новый рынок. Необходимо расширять знания потребителей об услугах, создавать благоприятное представление о хозяине и его гостевом доме, а также достижениях, клиентуре; кроме того. Необходимо создать и закрепить контакт с потребителями.

Мероприятия по стимулированию сбыта обращены, в основном, к покупателю. Каждое из них выполняет определенную, только для него предназначенную функцию. Нужно продумать, каким образом будет доноситься информация о вашем гостевом доме до потребителей. Для этого применяется реклама. С помощью рекламы в сознании потенциального покупателя формируется образ услуги. Реклама - это оплаченная форма неличной передачи информации о товарах (услугах) с целью стимулирования продаж.

Потенциальными каналами сбыта могут быть турфирмы и другие организации, которые потенциально могут рассказать о данном продукте туристу, а также продать его за определенные комиссионные. Можно рекламировать гостевой дом самостоятельно. Необходимо иметь в виду, что в первые годы

работы расходы на рекламу будут весьма высокими из-за отсутствия возможности использовать бесплатные источники, такие как устная реклама гостей, воспользовавшихся услугами. Важно помнить, что потенциальный турист не может заранее увидеть предлагаемое жилье, поэтому следует подготовить информацию таким образом, чтобы она давала максимально четкое и детальное представление, достаточное для осознанного выбора. Туристы и отдыхающие, принадлежащие к разным сегментам туристского рынка, имеют различные предпочтения относительно жилья. Одним туристам из удобств нужно только самое необходимое, другим - намного больше. Предоставляемая информация должна позволять сделать разумный выбор. Главное, чтобы у туриста не сложилось ложное впечатление: если клиент не ожидает, что он будет размещен в номере класса «люкс», то у него не будет эффекта обманутого ожидания.

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

Цели стимулирования сбыта:

1. Увеличение числа потребителей услуг;
2. Увеличение числа услуг, приобретаемых каждым клиентом;
3. Повышение оборачиваемости денег;
4. Придание регулируемости сбыту услуг;
5. Выгодное использование разовых событий (праздников, выставок и т.д.).

Существуют следующие формы рекламы: каталоги, буклеты и листовки, пейзажные открытки и визитные карточки, карты и региональные путеводители, объявления в прессе, обращения в туристические фирмы, участие в ярмарках, информационные щиты

у дороги, своя страница в сети Интернет. При этом не следует ограничиваться одной формой рекламы. Можно выбрать одну из них, например, издание каталога, за основную, другие - как дополнительные. Не стоит забывать, что есть дешевые и даже бесплатные возможности, которыми можно воспользоваться. Например, добавить свой гостевой дом в «Федеральный реестр объектов сельского туризма», который создается ФГБОУ ДПО ФЦСК АПК для объединения владельцев гостевых домов и удобства туристов. Владельцы объектов сельского туризма могут добавить свой гостевой дом в реестр, прислав письмо на почту agro-iks@mail.ru.

Чем больше каналов распространения информации о ваших услугах, тем выше вероятность, что вас кто-то услышит. Как же написать правильное рекламное приглашение? Вполне понятно, что заставить кого-нибудь прочитать объявление просто невозможно. Поэтому в самом приглашении должно быть нечто такое, что побудило бы потребителя прочитать, обратить внимание. Рекламное приглашение должно иметь свою мотивацию и адресата. Реклама должна быть направлена на сторонников отдыха в природной среде, в селе.

Тема и девиз рекламы

Тема рекламы должна соответствовать целям рекламной кампании. При этом необходимо, чтобы потребитель запомнил хотя бы название услуги и адрес хозяина, который предоставляет услуги, связал их с наиболее важным качеством (преимуществом) и с основным мотивом выбора.

Рекламная тема находит свое отражение в ярком заголовке - девизе. Девиз - краткий лозунг, который отражает качество услуг, обслуживания, направление деятельности гостевого дома. Подсчитано, что девиз по сравнению с рекламой читают в 5 раз больше.

Скидки

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

- скидки постоянным клиентам (при первом посещении выдается купон на скидку при последующем приезде (5-10%);
- скидки клиентам, привлекающим новых гостей;
- скидки групповые (при приезде группы из 15 человек один может размещаться бесплатно);
- предоставление бесплатного обслуживания на определенный период (если гость живет более 20 дней, то на период от одного до трех дней ему можно предоставить бесплатное обслуживание);
- сезонные скидки;
- корпоративные скидки.

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

Можно организовать презентацию при открытии гостевого дома, перед началом работы или нового сезона первым приезжающим клиентам дать большую скидку.

Формирование цен на услуги по отдыху в сельской местности

Рыночной ценой товара (работы, услуги) признается цена, сложившаяся при взаимодействии спроса и предложения на рынке идентичных (а при их отсутствии - однородных) товаров (работ, услуг) в сопоставимых экономических (коммерческих) условиях (пункт 4 статьи 40 НК РФ). Для того чтобы определить цену на услуги необходимо изучить спрос, цены у конкурентов, провести анализ издержек. Спрос на товар очерчивает верхний уровень цены, которую хозяин может установить. Издержки (сумма постоянных и переменных издержек) определяют минимальную ее величину. Это важно учитывать, если планируется понизить цены. Низкие цены на уровне издержек можно удерживать только в короткий период проникновения на рынок.

Калькуляция издержек может включать в себя следующие статьи:

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

Наиболее простой и распространенной считается методика «средние издержки плюс прибыль», которая заключается в начислении наценки на себестоимость товара. Но стандартная наценка не позволяет в каждом конкретном случае учесть особенности популярного спроса и конкуренции, а следовательно, определить цену. При этом стоит учитывать психологическое восприятие услуги покупателем. Например, для многих

потребителей информация о качестве услуги заключена в цене, т.е. цена выступает показателем качества. Известно немало случаев, когда с ростом цен увеличивались объемы продаж.

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

Ценообразование на основе издержек

Самый простой метод установления цены - «издержки плюс прибыль», что означает добавление стандартной надбавки к затратам. Этот метод редко используется владельцами гостевых домов, поскольку не все собственники проводят тщательный учет затрат, связанных с деятельностью в сельском туризме.

Ценообразование на основе издержек меняет отношение покупателя к цене. Число владельцев гостевых домов, которые используют этот метод, постоянно растет. Уровень цены определяется не на основе затрат владельца гостевого дома, а на основе восприятия цены покупателем.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сельский туризм, организованный на базе собственных ресурсов и создающий свою специфику, должен стать одним из элементов оживления местной экономики. Предполагаемые результаты развития сельского туризма в регионе:

- повышение уровня доходов сельского населения;
- занятость населения, появление новых рабочих мест;
- развитие экономики, социальной и инженерной инфраструктуры данной местности;
- решение социально-экономических проблем сельского населения;
- сбыт продукции подсобных хозяйств;
- преодоление процесса деградации сельских регионов;
- сохранение и воссоздание культурного наследия, национальной самобытности регионов и традиций.

Существующие причины, тормозящие развитие сельского туризма, связаны как с внутренними, так и с внешними обстоятельствами:

- слабая предпринимательская активность местных жителей, неготовность к собственному бизнесу вообще и в данной сфере, в частности;
- низкий спрос на гостевые дома из-за некомфортного жилья и узкого спектра предлагаемых услуг и, как следствие, - невысокая стартовая рентабельность гостевого бизнеса для хозяев домов;
- отсутствие лидеров и заинтересованных сторон на местах (в том числе в муниципальных органах власти).

Мероприятия, направленные на продвижение сельского туризма:

- в целях популяризации сельского туризма и большей информированности населения об имеющихся гостевых домах ФГБОУ ДПО ФЦСК АПК создает «Федеральный реестр объектов сельского туризма» - единый ресурс, который объединит

владельцев гостевых домов;

- ежегодный выпуск путеводителей, включающих в себя информацию о гостевых домах, полное описание оказываемых посетителям услуг;

- издание рекламных проспектов (на разных языках);

- участие в выставках в своей стране и за рубежом;

- реклама в прессе, интернете;

- ежегодное проведение анкетирования, которое позволит лучше узнать клиентов, а также результаты деятельности гостевых домов;

- установка дорожных указателей;

- предлагаемые рекламные продукты с логотипом «Гостевые дома» (открытки, конверты, пакетики, наклейки, мыло и т.д.).

В будущем владельцы гостевых домов, приобретя опыт работы с туристами, в партнерстве с туроператорскими компаниями, смогут сами разрабатывать программы пребывания туристов и предлагать им полный пакет услуг на местах, что должно 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.

ЛИТЕРАТУРА

1. Конституция Российской Федерации.
2. Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства» от 29.12.2006 № 264-ФЗ (в ред. 12.02.2015).
3. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» № 132-ФЗ от 24.11.1996 (ред. от 05.04.2016).
4. Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 07.02.92 №2300-1 (ред. от 03.07.2016).
5. Федеральный закон «Об особо охраняемых природных территориях» от 14.03.1995 №33-ФЗ (ред. от 03.07.2016).
6. Федеральный закон от 24.07.2007 №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (ред. от 03.07.2016).
7. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы.
8. Гражданский кодекс Российской Федерации, принят Государственной Думой 21 октября 1994 г. (ред. от 03.07.2016).
9. Земельный кодекс Российской Федерации, от 25.10.2001 № 136-ФЗ (ред. от 03.07.2016).
10. Налоговый кодекс Российской Федерации, принят Государственной Думой 16 июля 1998 г., одобрен Советом Федерации 17 июля 1998 г.
11. Федеральный закон от 11.06.2003 №74-ФЗ (ред. от 23.06.2014) «О крестьянском (фермерском) хозяйстве».
12. Федеральный закон от 07.07.2003 № 112-ФЗ (в ред. от 21.06.2011) «О личном подсобном хозяйстве».
13. Федеральный закон от 08.12.1995 № 193-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О сельскохозяйственной кооперации».
14. Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О государственной регистрации юридических лиц и

индивидуальных предпринимателей».

15. Постановление Правительства России от 18.07.2007 № 452 (ред. от 07.11.2015) «Об утверждении правил оказания услуг по реализации туристского продукта».

16. Постановление Правительства России от 24 января 1998 г. № 83 «О специализированных службах по обеспечению безопасности туристов».

17. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 № 941-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года».

18. Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 11 июля 2014 г. №1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями».

19. Постановление Правительства России от 15.08.1997 №1036 (ред. от 04.10.2012) «Об утверждении правил оказания услуг общественного питания».

20. Директива ЕС №90/314/ЕЕС от 13.06.1990 «О комплексных турах, путешествиях и отдыхе» или «О путешествиях, отпусках и поездках, включающих все».

21. ГОСТ Р 56641-2015 «Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования».

22. ГОСТ 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования».

23. ГОСТ 28681.3-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов».

24. ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг».

25. ГОСТ Р 56597-2015 «Приключенческий туризм. Лидеры. Компетенция персонала».

26. ГОСТ Р ИСО 21103-2015 «Приключенческий туризм.

Информация для участников».

27. Карпова И.М. Организация сельского туризма на базе крестьянского (фермерского), личного подсобного хозяйства и сельскохозяйственного кооператива : метод. реком. - М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2011. - 112 с.

28. Саева Л.М., Мухамадеева Р.Р. Методические рекомендации субъектам сельского туризма / Госкомитет РТ по туризму, РОО Совет молодежных организаций РТ. - Казань, 2015. - 24 с.

29. Уланов Д. А. Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы // Молодой ученый. - 2013. - №6. - С. 455-459.

30. Андрианов В.И. Организация приема туристов в гостевых домах. - 110 с.

31. Сельский туристский бизнес в Алтайском крае : учеб. пособие / Под ред. А.Н. Дунца. - Барнаул : изд-во Алт. ун-та, 2009. - 126 с.

32. Баканова А.А. Специальные виды туристской деятельности. Сельский туризм: учеб. пособие / Под общей ред. Т.И. Власовой. – СПб: изд-во Д.А.Р.К., 2011. – 128 с. (Новое в высшем образовании).

33. Бриш К. Теория привязанности и воспитание счастливых людей /Карл Бриш. – М.: Тенериф, 2014. – 208 с.

34. Изотова М., Матюхина Ю. Инновации в социокультурном сервисе и туризме. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.razlib.ru/delovaja_literatura/innovacii_v_sociokulturnom_servise_i_turizme/index.php

35. Сельский туризм и устойчивое развитие сельских территорий: сб.докл. конгресса-совещания на Первом Междунар. форуме «Сельский туризм в России» (6-9 июня 2012 г., Алтайский край, Смоленский р-н, с. Новотырышкино). – М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2012. – 180 с.

36. Сельский туризм в России // Матер. Третьего Междунар.

форума «Сельский туризм в России» (22-23 августа 2014 г., г. Оренбург и Соль-Илецкий р-н Оренбургской обл.): информ. изд. – М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2014. – 204 с.

37. Сельский туризм: опыт и перспективы развития // Матер. Второго Междунар. форума «Сельский туризм в России» (2-3 августа 2013 г., г. Белгород): информ. изд. – М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2013. – 268 с.

38. Сергеева Т. К. Экологический туризм: учеб. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 360 с.

39. Стратегия устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года: офиц. изд. – М., 2013. – 75 с.

40. Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы: сб. тр. Третьей Междунар. науч.-практ. конф. (13 мая 2014 г.) / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Е.Е. Шарафановой. – СПб., Изд-во СПбГЭУ, 2014. – 308 с.

41. Черевичко Т.В. Интерактивность туристских предприятий как условие глобализации туристского рынка / Туризм и культурное наследие // Межвуз. сб. науч. тр. [Электронное издание] – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/cherevichko3.htm

ДОГОВОР

оказания услуг по краткосрочному проживанию

Населенный пункт _____ « _____ » _____ 20 г.

Мы, _____ нижеподписавшиеся, _____ гражданин(ка)

_____ ,
паспорт _____

прописан _____

_____ выдан _____

свидетельство о государственной регистрации _____

(для предпринимателей)

именуемый(ая) в дальнейшем Владелец и гражданин(ка)

_____ паспорт _____ прописан

_____ выдан _____

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

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

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

2. СТОИМОСТЬ УСЛУГ

2.1. _____ Продолжительность
отдыха: с _____ по _____ .

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

(ненужные услуги вычеркнуть, нужные - дописать)

2.3. Состав семьи
(группы): ФИО клиента
дата рожд.

паспорт

адрес, телефон

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

2.4. Стоимость проживания (прописью)_____

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

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

3. ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

3.1. Владелец обязуется:

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

3.2. Клиент обязуется:

- внимательно изучить условия настоящего договора, довести его до сведения всех членов семьи (группы) и выполнять их в целях успешного осуществления поездки. Все убытки и расходы, вызванные невыполнением условий договора, несет Клиент;
- в случае самостоятельной организации своего досуга нести полную ответственность за себя, жизнь и здоровье членов семьи (группы) во время отдыха;
- бережно относиться к имуществу в месте проживания и возместить материальный ущерб имуществу хозяина дома, если он нанесен по вине Клиента;
- беречь окружающую природу;
- соблюдать правила человеческого общежития, уважительно относиться к традициям принимающей семьи, соблюдать тишину в ночное время.

4. СПОРЫ И ПРЕТЕНЗИИ

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

5. ФОРС-МАЖОР

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

6. СРОКИ ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА

6.1. Срок действия договора с «_____» __20____ года
по «_____» 20____ года.

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

7. ПОДПИСИ СТОРОН

Владелец «гостевого дома»

Клиент

Памятка туриста

прибывшего в гостевой дом « _____ »
к договору от « » 20 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. Познакомьтесь со схемой расположения гостевого дома.

По прибытии к месту проживания Вас встретит на остановке представитель гостевого дома. Если Вы по какой-либо причине разминётесь с ним, то сможете найти гостевой дом по полученной схеме. Туристы, следующие на собственном автотранспорте, попросите хозяев прислать схему проезда в гостевой дом. Просим заезжать в гостевой дом в светлое время суток (села в ночное время не освещаются).

Не забудьте взять с собой удостоверение личности. Возможна ситуация, когда Вы приехали, а дом еще не готов (проводится уборка). На время ожидания вещи можно оставить хозяйке дома и погулять по окрестностям. Привозить с собой домашних животных разрешается только по предварительной договоренности с хозяевами гостевого дома и за дополнительную плату.

Вопросы по питанию решает хозяйка гостевого дома. Обязательно сообщите ей о своих пищевых предпочтениях, а также имеется ли у Вас аллергия на какие-либо продукты.

Непосредственно в гостевом доме Вы можете получить информацию о возможностях экскурсионного обслуживания в месте проживания (прокат лошадей, сплав, прогулки за ягодами, грибами, на пасеку, на рыбалку, посещение музеев, участие в русском празднике).

После отдыха просим Вас оставить свой отзыв, заполнив анкету, которую Вам предложат хозяева дома.

Во время отдыха просим 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 м 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 в период с 1 апреля по 30 октября рекомендуется сделать прививку от клещевого энцефалита или записаться противоклещевым гамма-глобулином, а также застраховаться;

- не находиться длительное время под воздействием прямого солнечного излучения;

- не разводить 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 (собаки, коровы, телята, лошади, жеребята, козы, гуси и т.д.);

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

Все туристы обязаны:

- бережно обращаться с имуществом гостевого дома. В случае поломки по вине туриста Вы несете всю ответственность самостоятельно;

- 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 в гостевом доме;

- с уважением относиться к культурно-историческим ценностям, традициям и обычаям коренного населения;

- решать все спорные вопросы на месте с хозяевами гостевого дома.

При выезде из гостевого дома необходимо освободить дом до _____ ча

сов и прибыть своевременно на остановку.

С Памяткой, обязанностями, программой тура и правилами страхования ознакомлен. Обязуюсь довести всю представленную мне информацию до сведения членов своей семьи (группы).

Подпись _____

От страхования во время тура отказался: (ФИО, подпись)

Содержание

Введение

1. ГЛАВА 1. ГОСТЕПРИИМСТВО НА СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЯХ. ОСНОВНЫЕ ВИДЫ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА.

1.1 Государственное регулирование сельского туризма

1.2. Типы сельских территорий: определение и специфика сельского туризма

1.3. Формирование услуги в сельском туризме в зависимости от типа сельской территории: социально-психологический аспект

1.4. Оценка собственных возможностей для приема туристов

2. ГЛАВА 2. ВИДЫ ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ

2.1. Проживание

2.2. Питание

2.3. Дополнительные услуги

2.4. Рекреационный потенциал территории

2.5. Разрешение конфликтов и спорных вопросов

3. ГЛАВА 3. ДИАЛОГ И ИНТЕРАКТИВНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КАК ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ РАБОТЫ С ТУРИСТАМИ В ГОСТЕВЫХ ДОМАХ

3.1. Основные социально-психологические формы взаимодействия как методы привлечения в сельском туризме

4. ГЛАВА 4. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И РЕКЛАМА СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Заключение

Литература

Приложения