

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное научное учреждение
“Российский научно-исследовательский институт
информации и технико-экономических исследований
по инженерно-техническому обеспечению
агропромышленного комплекса”
(ФГНУ “Росинформагротех”)

ОРГАНИЗАЦИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Практические рекомендации
по организации альтернативной
занятости сельского населения

Выпуск 5



Москва ФГНУ “Росинформагротех” 2010

ПРОДОЛЖАЕТСЯ ПОДПИСКА НА ИНФОРМАЦИОННЫЙ БЮЛЛЕТЕНЬ МИНСЕЛЬХОЗА РОССИИ на 2010 год

Учитывая многочисленные просьбы специалистов аграрной отрасли, по решению руководства Минсельхоза России ведомственный Информационный бюллетень включен в дополнение к Каталогу Роспечати «Газеты. Журналы».

Подписку на 2010 г.
можно оформить в почтовых отделениях связи
Российской Федерации или непосредственно через редакцию.
Наш индекс в дополнении к каталогу Роспечати — 37138.

Стоимость подписки на 2010 г. с учетом доставки
по Российской Федерации — **2244 руб. с учетом НДС (10%) за 12 номеров;**
187 руб. с учетом НДС (10%) за один номер.

Приглашаем разместить в Информационном бюллетене информационные
(рекламные) материалы, соответствующие целям и профилю журнала.
Подписку и размещение рекламы можно оформить через ФГНУ «Росинформагротех»,
с любого месяца на любой период 2010 г.,
перечислив деньги на наш расчетный счет.

Банковские реквизиты:

УФК по Московской области

(Отделение по Пушкинскому муниципальному р-ну УФК по МО)

ИНН 5038001475 / КПП 503801001 ФГНУ «Росинформагротех»,

л/с 03481666230, р/с 40503810900001009012 в Отделении 1 Московского ГТУ Банка России
г. Москва 705, БИК 044583001

в назначении платежа указать код КБК 082 3 02 02041 01 0000 440

Телефоны для справок: (495) 993-44-04; 993-65-13; 8 (49653) 1-19-92.

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное научное учреждение
«Российский научно-исследовательский институт информации и технико-
экономических исследований по инженерно-техническому обеспечению
агропромышленного комплекса»
(ФГНУ «Росинформагротех»)

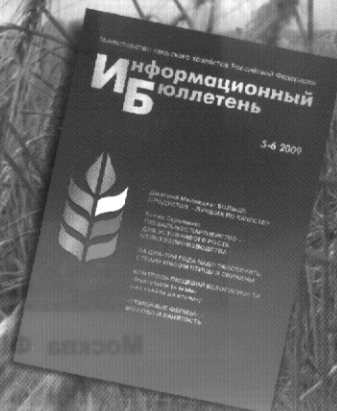
ОРГАНИЗАЦИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

**Практические рекомендации по организации
альтернативной занятости сельского населения**

Библиотечка сельского специалиста

Выпуск 5

Москва 2010



УДК 379.845

ББК 75.81

В 65

Войтюк М.М.

В 65 **Организация сельского туризма.** Практические рекомендации по организации альтернативной занятости сельского населения. Библиотечка сельского специалиста. – Вып. 5. – М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2010. – 120 с.

ISBN 978-5-7367-0800-0

Рассмотрены основные аспекты альтернативной занятости на основе организации сельского туризма и роль этого вида туризма в развитии сельских территорий. Приведены основные понятия, рекомендации по организации объектов сельского туризма, в том числе ландшафтно-проектировочной организации зон отдыха на сельских территориях, туристического хозяйства в К(Ф)Х и гостевого дома в ЛПХ. Предложен примерный бизнес-план сельской туристической деятельности. Представлены общие правила формирования туристического продукта и функционирования туристического хозяйства, положительные примеры организации сельского туризма в России и за рубежом. Приведены нормативно-правовые материалы по оформлению деятельности, проектированию зон отдыха на сельских территориях.

Рекомендации предназначены для крестьянских (фермерских) хозяйств и личных подсобных хозяйств сельского населения, а также могут быть использованы специалистами государственных и муниципальных органов управления, информационно-консультационных и учебно-методических центров, преподавателями аграрных образовательных учреждений.

УДК 379.845

ББК 75.81

ISBN 978-5-7367-0800-0

© ФГНУ «Росинформагротех», 2010

ВВЕДЕНИЕ

Сельский туризм – новая для России сфера деятельности, которая рассматривается как важная составляющая сельской экономики. Она призвана в максимальной степени задействовать природный и человеческий потенциал сельских территорий на благо населения и зарубежных гостей. Туризм на сельских территориях способствует диверсификации сельской экономики, формированию спроса на агротуристические услуги, появлению новых источников дохода для сельского населения, активизации сельского населения в развитии нового вида деятельности.

Туристическую привлекательность сельских территорий России определяют ее географическое положение, природно-климатические условия, наличие в сельской местности историко-архитектурных памятников, сохранение промыслов, ремесел и национальных традиций.

Основной моделью развития сельского туризма в нашей стране является организация туров с проживанием и питанием в деревенских домах и усадьбах. На 1 января 2009 г. на сельских территориях насчитывалось почти 200 сельских усадеб, оказывающих услуги в сфере сельского туризма. Из них 175 – физические лица, 13 – крестьянские (фермерские) хозяйства. Данными субъектами в течение 2007-2009 гг. заключено 1765 договоров на оказание услуг в этой сфере, обслужено более 18 тыс. сельских туристов. Развитие сельского туризма в нашей стране характеризуется высокими темпами роста важнейших показателей: за 2009 г. количество субъектов сельского туризма возросло более чем в 5,5 раза, заключенных договоров – более чем в 11,2, а принятых туристов – более чем в 13,4 раза.

Интенсивное развитие сельского туризма как важного направления экономики сельских территорий, рост конкуренции на рынке агротуристических услуг требует от субъектов сельского туризма повышения эффективности функционирования сельской усадьбы, роста конкурентоспособности сельского туристического продукта.

1. СУЩНОСТЬ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Сельский туризм – это сектор туристической отрасли, использующий природные, культурно-исторические, социальные и иные ресурсы сельских территорий для создания комплексного туристического продукта. Он включает в себя все виды рекреационной деятельности в сельской местности. Обязательным условием этого вида туризма является проживание туристов в сельских домах, усадьбах.

Основные цели сельского туризма – отдых, оздоровление, возможность ознакомления туристов с природным потенциалом, национальными и культурными традициями сельских территорий. Объектом сельского туризма является усадьба – дом в сельской местности, являясь своего рода агротуристическим хозяйством, агроусадьба представляет собой мини-гостиницу на сельских территориях.

Развитие сельского туризма как перспективного направления сельской экономики страны в качестве необходимых условий предполагает:

- наличие свободного или условно свободного жилого фонда на сельских территориях;

- достаточно высокий уровень комфортности и хорошее состояние этого жилого фонда;

- системную государственную поддержку сельских туристических хозяйств: принятие политического решения о поддержке сельского туризма как сектора услуг;

- организационную поддержку: создание специальных структур, оказывающих системную помощь и занимающихся организацией данного сектора туристической индустрии, а также внедрением информационных технологий, позволяющих создать масштабный рынок сельского туризма в виртуальной форме;

- организацию объединений субъектов сельского туризма, поддерживающих порталы с базами данных по всему агротуристическому сектору;

- нормативно-правовое (принятие соответствующих законов и госпрограмм), информационное и рекламно-информационное

обеспечение продвижения совокупного национального и региональных агротуристических продуктов;

- финансовую поддержку (система льготного кредитования сельского туризма).

Соответствие данным требованиям позволит сделать сельский туризм перспективным стратегическим направлением развития сельских территорий, одним из видов результативного несельскохозяйственного бизнеса, выгодного как для сельских жителей, так и местных властей, поскольку развитая туристическая инфраструктура оказывает благоприятное воздействие на экономическую и социальную жизнь сельских территорий, позволяет увеличить налоговые поступления в местный бюджет, занятость и доходы сельского населения.

Важным условием для организации сельского туризма является развитие средств размещения, что подразумевает либо наличие в сельской местности свободного или условно свободного жилого фонда: домов, усадеб, коттеджей, изначально не создававшихся как гостиницы, но пригодных для переоборудования их в средства размещения туристов, либо строительство специальных агротуристических объектов – средств размещения туристов («национальные деревни», «дома охотника/рыбака», «культурные центры», «аграрные парки» и т. п.), выполняющих функцию сельских гостиниц [23]. Организация питания туристов наравне с услугами ночлега – важная составляющая агротуристической деятельности. Кроме проживания и питания, прием в сельской усадьбе предполагает оказание множества дополнительных услуг (отдых, оздоровление, организация развлечений, экскурсионное обслуживание и т. д.).

Сельский туризм – это не только проживание туриста в сельском доме, но и функционирование целой инфраструктуры региона, включая хорошее транспортное сообщение, места проведения досуга и продажи сувенирной продукции, информационные услуги, магазины, рестораны, кафе. Именно поэтому на функционирование сельского туризма воздействует большое число разнообразных факторов, которые могут быть объединены в группы.

Природа факторов *социально-экономической группы* заложена в уровне экономического развития региона. К основным факторам этой группы относятся: уровень благосостояния и платежеспособности городского населения – потенциальных туристов; занятость и уровень жизни сельского населения – принимающей стороны; количество и ка-

чество свободных (условно свободных) мест размещения туристов; количество пунктов питания, развлечения и других объектов, предоставляющих туристам услуги; развитость социальной инфраструктуры.

В основе влияния факторов *экономико-географической группы* лежит удаленность объектов сельского туризма и мест постоянного проживания потенциальных туристов (географический фактор), а также возможность туристов добраться до мест отдыха (экономический фактор). В этой группе можно выделить следующие факторы: удаленность от объектов сельского туризма "поставщиков" туристов, в качестве которых традиционно выступают мегаполисы, а также крупные промышленные и областные центры; развитость туристической инфраструктуры, обеспечивающей проезд туристов к месту проведения отдыха и обратно.

Природно-климатические факторы влияют на поток туристов и его сезонные изменения. К факторам данной группы относятся: интенсивность использования и состояние курортно-рекреационных зон, традиционно используемых городскими жителями для неорганизованного отдыха; состояние окружающей природной среды и экологическая обстановка в районах сельского туризма; сезонное состояние природной среды и возможность удовлетворения туристского интереса к тем или иным объектам; сезонный характер отдельных объектов туристского интереса.

В качестве следующей группы факторов, влияющих на сельский туризм, выделены *организационные факторы*. Исходя из названия данной группы факторов видно, что они влияют через организацию сельского туризма и предоставление туристических услуг. В данную группу могут быть включены следующие: организация системы управления сельским туризмом; информационное обеспечение сельского туризма; нормативно-правовое обеспечение функционирования сельского туризма; регулирование и поддержка сельского туризма органами государственной власти и органами местного самоуправления; наличие на местах организаторов туризма, их организационно-правовое оформление и подготовленность к обслуживанию туристов; квалификация персонала объектов сельского туризма; качество и ассортимент предлагаемого турпродукта.

Существенное влияние на сельский туризм оказывают и *социальные факторы*, к которым следует отнести состояние общественного порядка в регионе (криминогенная обстановка); обеспечение безопасности

пребывания для туристов; возможность получения своевременной и качественной медицинской помощи [5]. Значение этого вида туристической деятельности для государства в целом, сельской экономики и туристов проявляется во многих аспектах (см. таблицу).

Значение сельского туризма для государства, сельских территорий и туристов

Для государства	Для сельских территорий	Для туристов
Пополнение бюджета	Дополнительный доход	Активный отдых в сельской местности
Снижение уровня безработицы	Создание новых рабочих мест	Употребление свежих продуктов питания
Активизация деятельности сельского сообщества	Улучшение инфраструктуры села	Непосредственный контакт с природой
Пропаганда национальных культурных традиций	Активизация сельского сообщества	Участие в жизни сельского общества
Использование преимущественно незатратных ресурсов, прежде всего природного, социокультурного и исторического наследия	Импульс для развития других отраслей экономики (транспорта, строительства, торговли, культуры, ремесленного мастерства и промыслов)	Изучение культуры региона, его исторического и природного наследия
Приток дополнительных инвестиций и доходов	Сохранение культуры и исторического наследия сельского региона	Приобретение новых навыков и опыта жизни в сельской местности
Отсечение деструктивных слоев и ориентирование на создание условий для успешного развития и количественного роста местного общества	Приобретение новых знаний, навыков, повышение квалификации сельского населения для организации приема гостей	Изучение цикла производства продукции, наблюдение за домашними животными
Развитие деловых и культурных связей	Повышение самооценки личности сельских жителей	Культурное обогащение, развитие заинтересованности

Таким образом, сельский туризм способствует диверсификации сельской экономики, формированию спроса на рекреационные услуги, появлению новых источников дохода для К(Ф)Х и ЛПХ, активизации сельского населения в развитии нового вида деятельности, увеличению налоговых поступлений в местный бюджет и повышению занятости и доходов сельского населения.

2. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЪЕКТОВ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

2.1. Ландшафтно-планировочная организация зон отдыха на сельских территориях

При организации зон отдыха на сельских территориях необходимо исходить из положения, что каждая зона отдыха должна иметь свой индивидуальный «физиономический» облик, формирование которого требует знаний по построению объемно-пространственных композиций, использованию природных особенностей объекта – его микроклимата, рельефа, почвенных и гидрологических условий, применению растительного материала с учетом его декоративных биологических свойств.

В прил. 1, 2 представлены основы ландшафтного проектирования и проектирование отдельных ландшафтных конструкций, позволяющих применить правила и приемы при создании эстетически полноценных объектов отдыха в крестьянских (фермерских) и личных подсобных хозяйствах.

Архитектурно-планировочное задание. Проектирование зон отдыха производится на основе архитектурно-планировочного задания (АПЗ), которое выдается в архитектурном управлении. В архитектурно-планировочном задании указываются местоположение зон отдыха в структуре сельского поселения, их назначение, количество посетителей, направление основных потоков отдыхающих, материалы для строительства (дорожных покрытий, скамеек и других сооружений). Одновременно с АПЗ заказчик проекта выдает проектанту опорный геодезический план в масштабе 1:2000 с нанесением красными линиями закрепленных границ проектируемых зон отдыха.

Для составления проекта необходимы следующие документы: ситуационный план территории в масштабе 1:5000, в зависимости от размеров и характерных особенностей; данные ландшафтной таксации существующих насаждений, выполненный на почвенно-типологической основе; материалы гидрологических и гидрогеологических исследований территории будущей зоны отдыха и прилегающей территории; технико-экономическое обоснование на производство работ и план организации работ.

Автор проекта знакомится с материалами и до начала работ согласует с заказчиком проектно-сметную документацию, на основе которой будет осуществляться проектирование.

Предпроектная оценка зоны отдыха. Проектирование зоны отдыха осуществляется в несколько этапов. На начальном этапе проводится предпроектная оценка будущей зоны отдыха и ландшафтно-планировочный анализ территории, где проектировщик знакомится с каждым ландшафтным участком, проводит всестороннюю его оценку, ландшафтную таксацию имеющихся на территории насаждений. Одновременно отмечаются размещения видовых точек, учитываются характер и интенсивность посещений, определяются основные направления передвижения отдыхающих.

Предпроектная оценка предполагает также изучение природных условий по основным компонентам ландшафта: климату, гидрологии, рельефу, растительности. Данные о климате важны, неоднородность климатических условий определяет характер и особенности распределения растительности, сменяемость погодных условий влияет на посещаемость.

Почвенно-геологические и лесорастительные условия рассматриваются с точки зрения пригодности для произрастания древесно-кустарниковой растительности.

Гидрологическое обследование в каждом случае имеет конкретные цели и предполагает изучение водного режима территории, необходимость осушения, обводнения, наличие водоемов, их пригодность для отдыха, возможность создания искусственных водоемов при их отсутствии.

Оценка состояния и качества насаждений выявляется посредством проведения ландшафтной таксации, подробности которой согласуются с заказчиком.

Состав и содержание проектной документации. Проект зоны отдыха включает в себя большой объем графической, расчетной и текстовой документации.

Графические материалы включают в себя ситуационный план территории зоны отдыха в масштабах 1:5000, 1:10000 в зависимости от площади крестьянского (фермерского) семейного хозяйства; совмещенный план лесонасаждений и существующих ландшафтов в масштабе 1:5000 или 1:10000; схему эстетической оценки в том же масштабе; план планировки в масштабе 1:2000; схему проектируемых ландшафтов в том же масштабе; схему проектируемой и существующей дорожно-тропичной сети в масштабе 1:5000; схему размещения проектируемых мероприятий по ландшафтной реконструкции насаждений и элементов благоустройства; схему инженерных линий и коммуникаций в масштабе 1:5000. Для наиболее посещаемых участков зоны отдыха (композиционных центров, детских и спортивных площадок) разрабатываются детальные проекты, которые называются рабочими чертежами. Отдельно разрабатываются проекты трасс, инженерных сооружений, стоянок автомобилей.

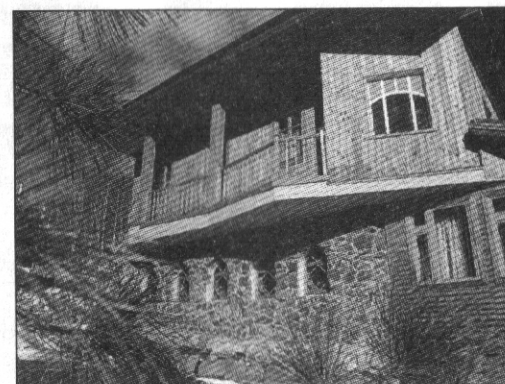
Текстовая документация включает в себя пояснительную записку к проекту с приложением проектно-сметной документации, таксационное описание с элементами ландшафтной таксации, ведомости характеристик лесного фонда, существующей и проектируемой дорожно-тропичной сети, рубок для формирования ландшафтов, а также ведомости лесных насаждений, посадочную, расчисток открытых пространств.



Пояснительная записка к проекту содержит основные данные, характеризующие общие сведения о зоне отдыха и организации территории, природно-климатические и физико-географические условия, обобщенную информацию о состоянии насаждений, ландшафтно-реконструктивные мероприятия по оптимизации объемно-пространственной структуры зоны отдыха, благоустройству и строительству. Проектно-сметная документация на создание зон отдыха разрабатывается в соответствии с нормами, правилами, инструкциями, государственными стандартами. Она должна быть утверждена архитектором, а подготовительный проект защищается на градостроительном совете.

2.2. Особенности организации зон отдыха в крестьянских (фермерских) и личных подсобных хозяйствах

Зоны отдыха в крестьянских (фермерских) и личных подсобных хозяйствах отличаются ландшафтно-планировочными и хозяйственными решениями, связанными с площадями освоения. *Зона отдыха крестьянских (фермерских) хозяйств* – это макрозона (оптимальные размеры: по протяженности в среднем 20-50 км), выделяется на общем фоне сельских территорий ярко выраженным преобладанием территориально взаимосвязанных элементов агроландшафта: лесов, водоемов, пойменных лугов, а также садов, парков и других открытых пространств, воспринимающихся как «природные». Зоны отдыха К(Ф)Х могут включать в себя и отдельные сельскохозяйственные угодья, но и явно отличаться от территорий преимущественно сельскохозяйственного назначения.



Крестьянские (фермерские) хозяйства, располагающие значительными площадями освоения, привлекают отдыхающих компактным расположением функциональных зон на своей территории.

Для лучшей организации пространственной структуры и рационального использования территории (в рекреационном отношении она используется с различной степенью интенсивности) в крестьянских (фермерских) хозяйствах проводят ландшафтно-планировочную организацию зоны отдыха, что предполагает разделение зоны отдыха на функциональные зоны, устройство дорожно-тропичной сети с учетом композиционного решения зоны отдыха.

Функциональная зона – это территория зоны отдыха, используемая для отдыха с различной интенсивностью, выделяемая с целью лучшей организации отдыха и дифференциации ведения хозяйства в соответствии с назначением зоны.

В зависимости от интенсивности посещений зоны отдыха принято выделять следующие территории: активного или массового отдыха, прогулочную, резервную или территорию фаунистического покоя, хозяйственную, в исторических местах – мемориальную, но в зависимости назначения зоны отдыха могут быть выделены и другие зоны.



Зона активного отдыха выделяется на площади, занимающей до 20% площади зоны отдыха. Здесь располагаются спортивные, игровые и детские площадки, поляны для проведения массовых мероприятий и места устройства пикников, водоемы и прилегающие к ним территории, места для зимнего отдыха.

Прогулочная зона предназначена для прогулок, ближнего туризма по разнообразным маршрутам, а также сбора ягод, грибов, лекарственных трав. Ее площадь может занимать до 30-40% общей площади зоны отдыха.

Резервная зона выделяется на территории с малой интенсивностью посещения с целью сохранения биологического разнообразия экосистемы. В зависимости от типа зоны отдыха, его величины, композиции и посещаемости в каждой рекреационной зоне выделяют **композиционные центры**.

Доминантой в композиционной схеме зоны отдыха могут быть поляны, озеро, берег реки, видовая точка. Возможно выделение нескольких композиционных центров в одной зоне или в каждой по одному, но все связываются дорожной сетью.

Ландшафтно-планировочное решение зоны отдыха включает в себя выбор мест для главного и второстепенного входов, определение направлений людских потоков и в связи с этим планировку дорожно-тропичной сети. Главный или центральный вход в зону отдыха устраивают у транспортной остановки, куда прибывает основное количество посетителей, второстепенные входы с других сторон, откуда также возможен приток посетителей.



У главного входа предусматривают разгрузочную площадку, размер которой определяется исходя из количества посетителей. Посредством наблюдения определяют среднее количество посети-

телей, одновременно задерживающихся на площадке в часы наибольшего посещения, а затем, приняв норму площади на одного человека, равной 3 м², вычисляют размер площадки у главного входа. Площадки у второстепенных входов могут иметь значительно меньшие размеры; в некоторых случаях их может не быть вообще. От площадки у главного входа намечаются дороги и тропы, по которым направляется основной поток посетителей зоны отдыха. Кроме того, ввиду больших площадей крестьянских (фермерских) хозяйств важной задачей при организации и ведении хозяйства в зонах отдыха является формирование разнообразных красочных ландшафтов с учетом рельефа территории, растительных условий, породного состава лесных насаждений. Это достигается путем формирования оптимального соотношения объемно-пространственных форм существующих ландшафтов. При формировании ландшафтов следует, сохраняя свойства каждого отдельного насаждения, добиваться большей выразительности, объединяя их в единую ландшафтную композицию.

При формировании ландшафта зон отдыха ведущая роль принадлежит насаждению, однако оптимальной структуры объемных форм можно достичь гармонизацией ландшафтного облика лесных массивов с рельефом территории и водными пространствами. Формируемые ландшафты должны иметь индивидуальный, присущий только им, облик и строиться по принципу гармонично-плавного или контрастного сочетания соседних площадей в соответствии с законами ландшафтной архитектуры. Это достигается чередованием различных типов ландшафтов, оптимальное соотношение которых и равномерное сочетание способствуют повышению устойчивости, эстетичности и долговечности насаждений.



В основе формирования объемно-пространственных форм лежат пространственной структуры ландшафтов: закрытые (55-60% площади отдыха), полуоткрытые (25-30%) и открытые (15-20%). Соотношение закрытых, полуоткрытых и открытых типов ландшафтов в зонах отдыха должно быть приближено к оптимальным величинам, что позволяет повысить эстетический эффект и улучшить архитектурный облик ландшафтов зон отдыха. В пределах зоны отдыха соотношение пространственной структуры целесообразно соотносить с функциональной территорией зоны в силу того, что они имеют различную интенсивность посещения.

На территории массового отдыха посещаемость выше, поэтому целесообразно сохранить равновесный баланс полуоткрытых и открытых типов ландшафтов с закрытыми.

Учитывая, что прогулочная территория зоны отдыха предназначена для спокойного отдыха, прогулок и уединения, здесь уместно незначительное увеличение доли закрытых ландшафтов и уменьшение открытых. На резервной территории значительно увеличивается доля закрытых ландшафтов и соответственно уменьшается доля полуоткрытых ландшафтов.

При формировании ландшафтного облика рекомендуется придерживаться одного из вариантов оптимального соотношения ландшафтов, соблюдать периодичность чередования и смен; закрытых, полуоткрытых и открытых ландшафтов примерно через 100-300 м, в резервной зоне – 300-500 м.



Предложенные варианты соотношений типов ландшафтов являются лишь ориентиром, к которому следует стремиться, учиты-

вая при этом природно-климатические условия региона, особенности рельефа, видовое разнообразие лесов, их строение, структуру, интенсивность рекреационного пользования, интенсивность посещения и др.

Зона отдыха в личных подсобных хозяйствах отличается небольшими размерами и меньшим разнообразием композиционных ландшафтных элементов, поэтому значительная часть рекреационных мероприятий планируется проводить на близлежащих сельских территориях, в том числе и лесопокровных.

Лес является прекрасным местом отдыха, где можно получить много интересной информации, повысить экологическую грамотность, найти ответы на интересующие вопросы жизни природы. С этой целью в зонах отдыха ЛПХ намечаются рекреационные маршруты. По назначению эти маршруты могут быть прогулочными, лечебными, туристическими, познавательными, экскурсионными, учебными или спортивными.

Прогулочные маршруты предназначаются для активного отдыха и прокладываются по живописным местам с часто сменяющимися пейзажами и типами ландшафтов, с выходом дорог на видовые точки, к водоемам, сельхозполям и полянам. Их целесообразно «привязать» к прогулочным дорогам и рассчитывать на разное по длительности время прогулки – от 30 мин до 3-4 ч.

Лечебные маршруты или «террекуры» предназначены для длительной ходьбы по пересеченной местности с целью укрепления здоровья и прокладываются вблизи зон отдыха ЛПХ.

Туристические маршруты представляют собой специально оборудованные (или лишь формально намеченные на карте) пути передвижения туристических групп. Прокладываются они в равнинной и пересеченной местности. Их протяженность и сложность должны быть различными. На маршрутах оборудуются места для стоянок туристов, где заранее заготовлены колышки для палаток, дрова, оборудовано место для костра, имеется яма или контейнер для мусора.

Спортивные маршруты предназначены для занятий спортом. Продолжительность и время нахождения на этом маршруте зависит от вида спортивных занятий. На таких маршрутах устанавливаются барьеры, турники, бруссы, столбики для прыжков, шведские стен-

ки. Маршруты для тренировки бегунов целесообразно проложить отдельно.

Познавательные и экскурсионные маршруты прокладываются с целью ознакомления отдыхающих с сельскохозяйственной деятельностью и другими видами деятельности, имеющих место в сельской местности. Отдыхающие на этом маршруте посещают животноводческие фермы, теплицы, МТС, их сопровождают специалисты сельского хозяйства. Тематика разрабатывается заранее.

Учебные маршруты предназначены для знакомства и изучения школьниками окружающей природной среды. Намного содержательнее урок в лесу, где можно увидеть много интересного, изучать ботанику, зоологию, географию. А прекрасные лесные пейзажи могут стать художественной натурой на уроках рисования. Для школьников можно устроить экологические тропы для проведения различных по тематике бесед, экскурсии. Следует тщательно продумать все ее этапы, чтобы юным натуралистам было интересно.

Рекреационные маршруты являются важнейшей составляющей зон отдыха в ЛПХ. Их можно планировать и в К(Ф)Х. Они обязательно должны быть нанесены на схему зоны отдыха и пронумерованы. Указатели и знаки, устанавливаемые вначале и вдоль маршрутов, должны информировать отдыхающих о длине маршрута, времени, необходимом для того, чтобы пройти его полностью, различных достопримечательностях (видовой точке, озере и др.), а также о препятствиях, которые могут встретиться на пути. Обслуживание маршрутов требует от владельцев зон отдыха значительных усилий, однако вложенные затраты повышают роль и значение зон отдыха в ЛПХ и К(Ф)Х.

Адаптация домов в К(Ф)Х и ЛПХ к агротуристической деятельности. Одной из основных причин, привлекающих в сельскую местность отдыхающих, является самобытное жилище крестьян. В традиции сельского жилого дома принципы единства пространства и перетекания пространства из зоны в другую являются основополагающими.

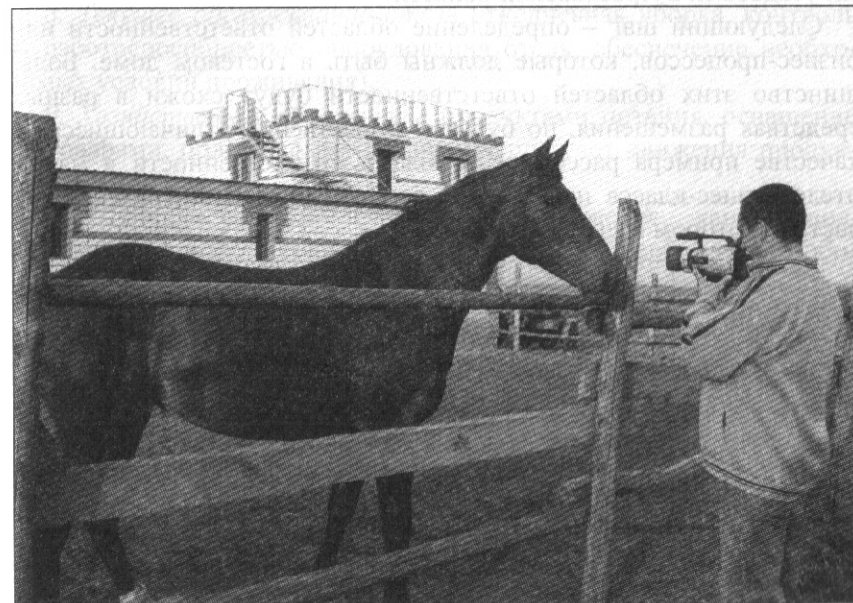
Изучение зарубежного и отечественного рекреационного опыта показывает следующие пути совершенствования внутренней архитектурно-планировочной структуры сельского жилого дома: учет при проектировании жилища возможности его поэтапного развития (растущий дом), связанного с увеличением семьи и, возможно, фи-

нансирования как за счет доходов семьи, так и кредитования государственных и коммерческих банках; использование в практике принципов проектирования жилья создания универсального многофункционального пространства перетеканием пространств; оптимизация соотношений закрытого, открытого и полукрытого пространств в зависимости от климатических условий и ориентации планировки дома. Речь идет о более активном использовании теплых и холодных зон или помещений дома, веранд, террас и «холодных» помещений, которые используются в теплое время и зимнее как подсобное помещение (для хранения продуктов и др.); рациональной организации уровней пространства жилища; включении в жилую среду элементов природы, обществе жилой среды вокруг внутреннего двора с озеленением, включении в жилой дом зимних садов, оранжерей, теплиц, бассейнов, которые существенно улучшают эстетические качества жилой среды. Большое разнообразие в планировку и пространственную организацию жилища вносит включение в него помещений для профессиональной деятельности владельца (мастерские, студии, кабинеты, библиотеки, лаборатории), бизнеса (лавка, магазин, контора, офис), сервисного обслуживания населения (аптека, трактир, гостиница).



Зоны отдыха в крестьянских (фермерских) и личных подсобных хозяйствах организовываются с целью получения доходов, поэтому необходимо позаботиться о получении максимальной прибыли. В перечень услуг (оказываемый отдых), кроме проживания в сельских домах и питания (продукты экологически чистые), можно включить посещение сельских бань и саун, услуги по предоставлению лесных троп для проведения культурно-оздоровительных, туристических и спортивных мероприятий, обустройство в лесу мест отдыха, услуги туристам, охотникам, рыболовам, грибникам.

К этому перечню можно дополнить такие виды услуг отдыхающим, как продажа буклетов, сувениров, прохладительных напитков, букетов из цветов и трав, организация пунктов проката и продажи спортивного инвентаря. Дополнительной статьей дохода может быть сдача в аренду небольших участков для организации летних кафе и киосков по продаже различных товаров, организация экскурсий, знакомящих отдыхающих с уникальными природными и культурно-историческими объектами и др.



2.3. Разработка и оптимизация сельского гостевого дома

Для определения и оптимизации организационной структуры сельского гостевого дома необходимо определить тип средства размещения, к которому относится данная гостиница, а с учетом выбранного типа дома – основные задачи (зоны ответственности), которые должны решаться в рамках деятельности этой гостиницы; установить возможный максимальный суммарный фонд оплаты труда персонала; установить режим работы для решения каждой задачи.

Определяя тип, к которому относится конкретное средство размещения (усадьба, дом, центр отдыха, турбаза, мотель, SPA-отель и т.п.), можно не только определить, какие услуги должны предоставляться, но и в каком режиме должно работать данное средство размещения. Так, например, центры отдыха в Карелии не принимают гостей круглогодично, так как в октябре – начале ноября и в марте-апреле гостям невозможно предложить необходимый комфорт и услуги: ни зимние, ни летние виды отдыха в этот период не востребованы из-за плохой погоды. Похожая ситуация – с сельскими усадьбами в Ярославской области.

Следующий шаг – определение областей ответственности или бизнес-процессов, которые должны быть в гостевом доме. Большинство этих областей ответственности будут схожи в разных средствах размещения, но будут и существенно отличающиеся. В качестве примера рассмотрена область ответственности в малом отеле бизнес-класса на сельских территориях Ленинградской области, в котором всего 15 номеров.



Области ответственности в отеле:

1. *Привлечение гостей* (анализ рынка, имиджевое обеспечение, реклама, обеспечение конкурентоспособности, ценовая политика).

2. *Инвестиции и развитие* (реконструкция отеля и капитальный ремонт, поиск объектов под строительство второго отеля, бронирование, прием заявок, визовая поддержка, ведение учета брони и заезда).

3. *Текущее обслуживание гостей* (обеспечение клиентов питанием и дополнительным сервисом (транспорт, билеты, глажка и пр.), регистрация, получение оплаты проживания и др.).

4. *Финансы* (финансовое управление, бухгалтерский учет, работа с банками, управление денежными потоками).

5. *Правовое и нормативное обеспечение* (обеспечение соответствия деятельности отеля законодательству, разработка внутренних стандартов, положений и инструкций, взаимодействие с контролирующими органами).

6. *Экономическая безопасность* (взаимоотношения с властью, партнерами и потребителями).

7. *Физическая безопасность* (охрана, средства сигнализации).

8. *Текущее обслуживание отеля* (ежедневная уборка, контроль за работоспособностью оборудования отеля, обеспечение необходимых условий проживания).

9. *Хозяйственное обеспечение* продуктами питания, оснащение хозтоварами, оплата коммунальных услуг, учет движения продуктов.

10. *Техническое обеспечение* (водоснабжение, канализация, электроснабжение, текущий ремонт, оснащение необходимым оборудованием).





После рассмотрения области ответственности, следует переходить к определению максимально возможного фонда оплаты труда. Его размер можно определить только при проведении бизнес-планирования и бюджетирования, что позволит рассчитать планируемую доходность отеля, а следовательно, долю, которую можно потратить на персонал. В процентном отношении доля фонда оплаты труда в каждом отеле определяется индивидуально. Так, например в Германии, фонд оплаты труда составляет более 60% от оборота отеля. В России оценить реальную долю трудно, но обычно называются цифры от 25 до 40% от оборота.

Зная общий прогнозируемый фонд оплаты труда, необходимо иметь информацию о рыночной стоимости каждого сотрудника отеля. Иначе говоря, следует иметь информацию о средних зарплатах на каждой вакансии в данном регионе.

После этого надо перейти к распределению зон ответственности между условными сотрудниками. Для начала следует взять максимум должностей и выяснить, сколько руководителей и сотрудников должно быть ежедневно (одновременно) на территории отеля, чтобы закрыть все необходимые зоны ответственности. Потом посчитать предполагаемый фонд оплаты труда. Сначала он поразит, потому что будет выше всех прогнозов, поэтому надо начинать распределение областей ответственности сначала. Решить, сколько и какие области может закрыть один сотрудник и так до тех пор, пока не уложитесь в нужные финансовые рамки и нагрузка на одного

сотрудника не будет чрезмерной. В качестве примера далее приведено такое распределение в отеле (*см. пример 1*). После составления таблицы ответственности, необходимо определить режим работы каждого сотрудника, чтобы убедиться, что все необходимые услуги могут быть предоставлены в режиме, соответствующем типу данного средства размещения. Чаще всего это круглосуточный режим, иногда 12-часовой или какой-либо другой. Для каждого вида услуг может быть свой график их предоставления. Затем определить, сколько сотрудников на одной должности необходимо в отеле, учитывая режим и объем работы (например, в течение дня в отеле могут понадобиться два или более портье).

Для того чтобы упростить задачу подбора количества сотрудников можно порекомендовать составить таблицу, в которой в левом столбце будут приведены должности, в следующем столбце – режим работы, который будет определен в дальнейшем; верхняя строка делится по дням и ночам недели (понедельник день, понедельник ночь и т.д.). Пример такой таблицы приведен далее (*см. пример 2*). Теперь надо переходить собственно к организационной структуре, т.е. к документу, определяющему подчиненность сотрудников друг другу. Пример оргструктуры отеля на десять номеров приведен далее (*см. пример 3*). Часть функций иногда бывает выгодно отдать сторонней организации. В приведенном выше рисунке сторонним организациям отданы функции бухгалтерии и охраны. Иметь собственных охранников может быть и выгоднее с точки зрения стоимости сотрудников, но поскольку охрана – это процесс, который должен осуществляться непрерывно, лучше это поручить партнерам, так как отпадут заботы о болезни сотрудников, опозданиях, да и неизвестно как поведут себя непрофессионалы в экстремальной ситуации. Что касается бухгалтерии, то все чаще эти функции отдают профильной компании, что снижает стоимость этой области ответственности. При этом надо понимать, что на сторону отдается вся коммерческая информация. После того, как составлен график и оргструктура отеля, переходят к составлению штатного расписания (*см. пример 4*), в котором определяются основные задачи каждого сотрудника, с учетом графика работ определяются количество сотрудников на каждой вакансии и оклад.

Пример 1. Распределение зон ответственности между сотрудниками сельского гостевого дома

Сотрудник Зона ответственности	Генеральный директор	Заместитель директора	Главный бухгалтер	Менеджер по общим вопросам	Администратор	Горничная	Охранник
Привлечение гостей	+						
Инвестиции и развитие	+						
Бронирование		+					
Текущее обслуживание гостей					+		
Финансы			+				
Правовое и нормативное обеспечение	+						
Экономическая безопасность	+						
Физическая безопасность							+
Текущее обслуживание отеля						+	
Хозяйственное обеспечение				+			
Техническое обеспечение				+			

Пример 2. Часть графика работы персонала сельского гостевого дома

Должность	Режим работы	пн.	пн.	вт.	вт.	ср.	ср.	чт.	чт.	пт.	пт.	сб.	сб.	вс.	вс.
Старший администратор	09-30 – 18-30	8 ч		8 ч		8 ч		8 ч		8 ч					
Главный бухгалтер	09-30 – 18-30	8 ч		8 ч		8 ч		8 ч		8 ч					
Администратор 1	10-00 – 10-00	24 ч								24 ч					
Администратор 2	10-00 – 10-00			24 ч								24 ч			
Администратор 3	10-00 – 10-00					24 ч								24 ч	
Администратор 4	10-00 – 10-00							24 ч							
Горничная 1	09-00 – 21-00	12 ч		12 ч						12 ч		12 ч			
Горничная 2	12-00 – 24-00	12 ч		12 ч						12 ч		12 ч			
Горничная 3	09-00 – 21-00					12 ч		12 ч						12 ч	
Горничная 4	12-00 – 24-00					12 ч		12 ч						12 ч	
Завхоз	9-00 – 18-00	8 ч		8 ч		8 ч		8 ч		8 ч					

Пример 3. Оргструктура сельского гостевого дома на десять номеров



Пример 4. Часть штатного расписания

Должность	Численность	Функция	Оклад	Премия
Управляющий	1	Управление отелем Обеспечение плановых финансовых показателей Разработка и проведение рекламной кампании Организация взаимодействия с поставщиками и подрядчиками		
Администратор	8	Прием заявок клиентов Бронирование Заселение клиентов Прием оплаты услуг Обеспечение предоставления доп. услуг Подготовка/сервировка завтрака Обеспечение выезда клиентов		



2.4. Разработка бизнес-плана сельского туристического хозяйства

Каждому сельскому предпринимателю (или группе собственников) при создании собственного бизнеса, в том числе и сельского туризма, необходимы инвестиции (единовременные денежные средства) для приобретения технических средств и формирования оборотных фондов на первоначальные циклы бизнеса.

Величина уставного капитала, как правило, недостаточна для развертывания деятельности фирмы. Поэтому к имеющимся собственным средствам необходимо привлекать средства внешних инвесторов, т. е. кредитные ресурсы финансовых структур (банков, инвестиционных компаний, фондов) или свободные средства частных инвесторов (физических или юридических лиц). Для получения на определенных условиях дополнительных финансовых ресурсов требуется серьезная аргументация экономической выгоды создаваемого бизнеса. В связи с этим при обосновании организации бизнеса необходим многосторонний анализ последствий от реализации такого проекта. Результаты комплексного анализа отражаются в документе, называемом бизнес-планом.

Состав бизнес-плана, степень его аргументации и детализации зависят от величины необходимых инвестиций, масштабов бизнеса, степени охвата или проникновения на рынок, уровня финансовой устойчивости фирмы, а также от состояния рынка по видам товаров или услуг, предлагаемых фирмой.





Составление и анализ бизнес-плана позволяют предпринимателю критически оценить свои возможности и эффективность предстоящего бизнес-проекта, принять более обоснованное решение о его целесообразности.

В структуре бизнес-плана отражаются положения, характеризующие основные направления работ, связанные с реализацией предлагаемого проекта (дела).

Примерная структура бизнес-плана:

1. *Реквизиты фирмы* – название, адрес, организационно-правовая форма, состав учредителей (собственников), краткая характеристика фирмы.

2. *Цель и основное содержание проекта* – назначение и описание видов деятельности (продуктов, услуг), степень готовности к реализации, перспективность использования (или жизненный цикл проекта), прогрессивность и экологичность технологии бизнеса, величина необходимых инвестиций, ожидаемая рентабельность,

срок окупаемости, социально-экономические последствия от реализации проекта.

3. *Анализ состояния рынка, потребителей, спроса* – оценка емкости рынка, характеристика основных потенциальных потребителей, ожидаемый спрос, тенденции развития рынка по направлениям планируемого бизнеса.

4. *Характеристика возможных (потенциальных) конкурентов* – наличие основных конкурентов (на данной территории), их характеристика и возможность влияния на планируемый бизнес-проект, оценка конкурентоспособности фирмы и товара (услуги).

5. *Характеристика плана маркетинга* – формирование каналов сбыта товаров (услуг), определение ценового диапазона продаж, организация рекламных мероприятий, прогноз развития рынка, формирование заказов и оформление договоров о поставках.

6. *Характеристика производственного плана* – даются краткое описание производственного процесса, оценка экологической чистоты производства; приводится перечень основного оборудования (имеющегося и недостающего); указываются основные поставщики сырья, материалов, комплектующих изделий и наличие договоренностей о поставках; приводятся характеристики необходимого производственного помещения; указывается форма собственности (или условия аренды недвижимости); характеризуются основные субподрядчики (соучастники), масштабы производства и график динамики роста выпуска продукции до достижения проектной мощности; определяется динамика изменения (снижения) себестоимости производства единицы продукции (иллюстрируется графиком или таблицей).

7. *Организационный план* – указываются форма собственности, величина уставного капитала, основные собственники (по долям вклада), организационная структура управления фирмой; дается краткая характеристика кадрового потенциала, партнеров по бизнесу; приводятся графики (или таблицы) реализации инвестиций по времени освоения бизнеса, распределения инвестиций между субподрядчиками, отражающие во времени получение промежуточных и конечных результатов реализации проекта, а также графики финансирования проекта и возврата кредитных ресурсов. Организация работ может быть представлена как ленточными, так и

сетевыми графиками, в зависимости от сложности и объема проектных работ.

8. *Оценка хозяйственного риска* — описываются источники появления и возможные виды рисков, слабые стороны бизнеса, вероятность появления конкурирующих фирм, продуктов, услуг, технологий; оценивается надежность поставщиков, партнеров по бизнесу; указываются альтернативы поведения при изменении конъюнктуры; устанавливается вероятность или возможный диапазон изменения конечных результатов (прибыли, выручки и т. п.) с учетом благоприятных и неблагоприятных условий бизнеса. Материалы раздела должны убедить инвестора в том, что предприниматель знает о возможных трудностях и готов к альтернативным решениям.

9. *Финансово-экономические характеристики бизнеса (проекта)* — составляется бюджет или план доходов и расходов; указываются денежные поступления и платежи по периодам, динамика (график) погашения кредита; определяется зона безубыточности, и строится график; рассчитываются показатели эффективности бизнес-проекта, и дается заключение об экономической целесообразности планируемого проекта.

10. *Приложения*: копии документов, аргументирующих положения бизнес-плана, в том числе копии контрактов, лицензий, писем заказчиков будущей продукции, договоров о поставках, прейскурантов и т. п.

Анализируя структуру бизнес-плана, следует обратить внимание на следующие важные моменты.

1. Инвесторы не будут вкладывать средства в технологически отсталый проект. В связи с этим при раскрытии основных положений проекта необходимо уточнить и подчеркнуть не только его прогрессивность, но и социальную значимость, а также возможность создания дополнительных рабочих мест и экологичность используемых технологий и оборудования.

Для оценки прогрессивности проекта достаточно привести соответствующие данные и указать, какому из общепринятых уровней новизны он соответствует: патент, ноу-хау, уровень лучшего мирового образца или уровень лучшего отечественного аналога.

Такое представление позволяет инвестору более обоснованно принимать решение о прогрессивности проекта. Эти данные необ-

ходимы, но недостаточны, так как характеризуют лишь техническую сторону проекта. Поэтому следует указать величину требуемых финансовых средств, ожидаемую рентабельность проекта и возможные сроки окупаемости инвестиций.

Важной информацией для инвестора является уровень организационно-технической готовности проекта к реализации. Чем он выше, тем ниже степень неопределенности получения ожидаемого результата.

2. При раскрытии основных положений проекта следует оценить перспективность рынка сбыта предлагаемых товаров, т. е. обозначить длительность периода, в течение которого емкость рынка будет достаточной для реализации указанных товаров. Поскольку такая информация может обладать высокой степенью неопределенности, то указывают уровень риска (высокий, средний, низкий).

3. Не следует в бизнес-плане представлять излишне детализированный технологический процесс. В то же время необходимо сконцентрировать внимание на разработке плана маркетинга и оценке риска.

4. Следует иметь в виду, что в бизнес-плане сосредоточена информация, чрезвычайно важная с точки зрения коммерческой тайны и конкурентоспособности фирмы. Поэтому при выборе консультантов-экспертов необходимы осмотрительность и определенная степень доверия. Предполагаемые инвесторы также могут служить источниками утечки коммерческой информации.

5. Характеризуя потенциальных конкурентов, необходимо указывать и уже существующих, а также показатели деятельности фирм-конкурентов, их цели.

Источниками информации для этого раздела бизнес-плана могут служить фирменные справочники, рекламные проспекты, выставки и ярмарки, отчеты и выступления менеджеров фирм, обзоры в коммерческой периодике, материалы конференций, биржевые новости, информация экспертов, опросы, конфиденциальные данные.

Конкурирующие фирмы, как правило, группируются в соответствии с типом потребностей, которые удовлетворяет продукция фирм. Выделяются следующие основные группы конкурентов:

- фирмы, предлагающие аналогичный вид товара на тех же рынках, в том числе: ориентирующиеся на удовлетворение всего комплекса требований потребителей, специализирующиеся на удовле-

творении специфических потребностей отдельных сегментов рынка, готовящиеся к выходу на рынок с аналогичным товаром;

- фирмы, поставляющие на другие рынки аналогичный товар, выход которого на данный рынок является вероятным;
- фирмы, производящие товары-заменители, способные вытеснить данный товар на рынке.

Важным для анализа конкурентов является учет их стратегической ориентации.

Наиболее значимые конкуренты выявляются на основе опросов потребителей («ассоциативный метод»), экспертов, менеджеров.

К ним относятся:

- фирмы, склонные к рыночной экспансии и действующие на географически смежных рынках;
- фирмы, следующие стратегии диверсификации производства;
- крупные фирмы-покупатели продукции данной фирмы;
- основные поставщики материалов, сырья и оборудования для данной фирмы.

Экономический потенциал фирмы-конкурента характеризуют следующие показатели: объем продаж, чистая и валовая прибыль, активы (основной и оборотный капитал), инвестиции, собственный и заемный капитал, расходы на НИОКР, общее число занятых и др.

Конкурентоспособность фирмы характеризуют следующие показатели:

- динамика объема продаж в стоимостном и количественном выражениях;
- отношение прибыли к объему продаж (выручке);
- отношение объема продаж к стоимости материально-производственных запасов;
- отношение объема продаж к стоимости нерезализованной продукции;
- уровень загрузки производственных мощностей;
- портфель заказов.

6. План маркетинга является важнейшим разделом, так как в нем описывается комплекс мероприятий, оказывающих влияние на спрос. Инвесторы обращают особое внимание на продуманность и реальность плана продвижения товара на рынок.

Каналы распределения товара – одно из самых сложных решений, поскольку кроме прямых продаж, возможны каналы с одним, двумя и более посредниками.

При выборе ценового диапазона необходимо учитывать уровень спроса, величину издержек, цены товаров-конкурентов, задачи ценовой политики в условиях конкуренции. При установлении цены необходимо также знать цели фирмы: обеспечение выживаемости фирмы, достижение максимальной текущей прибыли (или повышение финансовой устойчивости), увеличение доли рынка, повышение конкурентоспособности товара. Надо учитывать то, что максимальная цена определяется спросом, минимальная – ограничивается уровнем издержек, поэтому цена товара устанавливается в диапазоне между ними и формируется на основе цен конкурентов и рыночной реакции.

В разделе «План маркетинга» описывается также организация рекламы и определяется размер необходимых для этого денежных средств. Материалы данного раздела дают представление о величине ожидаемых затрат на сбыт проектируемого товара.

7. Главной задачей при описании производственного плана является доказательство реальности производственных возможностей по реализации бизнес-проекта. При этом приводится укрупненное описание производственного (технологического) процесса, дающее представление о прогрессивности, экономичности технологии и уровне технической базы производства. Даются сведения о наличии и качестве производственных помещений. Указываются наименования фирм-поставщиков оборудования, материалов, комплектующих. Аргументируется надежность кооперированных связей поставок. Приводятся альтернативные решения в случае срыва поставок, затем – оценка возможных задержек производства и их динамика на перспективу, а также планируемые масштабы выпуска продукции по периодам.

Бизнес-план разрабатывается для того, чтобы дать начинающему предпринимателю четкие ориентиры и план действий на первый, самый трудный год реализации проекта. Необходимо помнить, что наиболее распространенная причина банкротства – это неспособность предпринимателя правильно спланировать свою деятельность. Успешной реализации бизнес-плана способ-

ствуют своевременные оценка хода его выполнения и корректировка.

Система контроля и оценки плана включает в себя контроль запасов, производственный контроль, контроль качества, контроль продаж, контроль расходов, по результатам которого получают информацию для корректировки плана, что позволяет, не изменяя целей, корректировать пути и способы их достижения для повышения шансов предприятия на успех.

В конце бизнес-плана приводится график безубыточности, показывающий влияние уровня себестоимости (постоянных и переменных затрат) и величины цены товара на прибыль в зависимости от объема выпуска. Точка безубыточности позволяет определить критический объем производства, ниже которого выпуск продукции экономически нецелесообразен.

Кроме подробного бизнес-плана, дается резюме, т.е. кратко излагается суть написанного. Объем резюме не должен превышать четырех машинописных страниц (через два интервала). Основные требования к резюме бизнес-плана: простота и лаконичность изложения; минимум специальных терминов; основные характеристики продукции; основные финансовые результаты; прогнозируемые объемы продаж на ближайшие два-три года и дальнейшие перспективы развития; объем необходимых инвестиций; затраты производства (общие характеристики); валовая прибыль; уровень рентабельности; срок окупаемости инвестиций.

Важность резюме заключается в том, что его читают в первую очередь, и впечатление от него влияет на восприятие всего бизнес-плана.

3. ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА В СФЕРЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Туристический продукт – результат общественного труда в виде туристических услуг, обладающих потребительской стоимостью. Основная задача сельского туризма – создание конкурентоспособного туристического продукта на сельских территориях (сеть сельских усадеб, познавательные экскурсионные программы, услуги

отдыха и оздоровления) с последующим его продвижением и реализацией потребителю.

Этап формирования туристического продукта очень важен для функционирования сельского туристического хозяйства, так как от качества и номенклатуры предоставляемых услуг во многом зависят такие показатели эффективности работы усадьбы, как объем реализации услуг, средняя продолжительность пребывания туристов, продолжительность этапа массовой реализации и т. д.

В самом широком понимании туристическим продуктом является любой вид туристических услуг. В сельском туризме, как и во всей туристической деятельности, они подразделяются на основные и дополнительные. К основным услугам в сфере сельского туризма относятся услуги по размещению туристов и обеспечению их питанием, к дополнительным – услуги трансфера (перевозка туристов от места их прибытия до места размещения), спортивно-оздоровительные, услуги по удовлетворению культурных потребностей, организационные, информационные, бытовые и др.

3.1. Организация основных услуг

Размещение в сельской усадьбе занимает центральное место в комплексе услуг сферы сельского туризма, поэтому вопросу организации ночлега туристов следует уделить особое внимание.

Ночлег в усадьбе должен обеспечить туристам полноценные возможности удобного сна и отдыха, соблюдения личной гигиены, необходимые условия содержания и сохранность личных вещей.

Основным видом организации ночлега в сельской туристской усадьбе является комната для гостей, оборудованная под спальню. В зависимости от количества спальных мест комнаты могут быть одно-, двух-, трех-, четырехместными, а также групповыми. Этот тип размещения предполагает использование санузлов как совместно с хозяевами, так и отдельно (на гостевые комнаты – отдельный санузел).

Гостевая комната должна быть оборудована спальными местами. В зависимости от вместимости комнаты это могут быть кровати односпальная, двухспальная, двухъярусная, складной диван-кровать. Для гостей с детьми желательно наличие детской кровати. Все спальные места должны иметь полные комплекты постельных

зации любой экскурсии является хорошее знание достопримечательностей и правил экскурсионного обслуживания. Стоимость такой услуги будет зависеть, главным образом, от дальности экскурсионного маршрута и качества экскурсионного обслуживания.

Транспортное обслуживание может не только сопровождать экскурсионному, но и быть самостоятельным видом услуг (услуги трансфера). Организация встреч в аэропорту, на вокзале удобна для туристов, путешествующих без собственного автомобиля, особенно, если с населенным пунктом, где расположена сельская усадьба, транспортное сообщение налажено плохо (хутор).

3.3. Оформление усадьбы и обустройство прилегающей территории

Несмотря на то, что качество жилого фонда, условий проживания (жилых комнат) и возможности предоставления дополнительных услуг не являются каким-либо препятствием для принятия решения о начале деятельности в сфере сельского туризма, качественный фактор может значительно повлиять на эффективность деятельности в этой сфере. Поэтому при принятии решения о начале предоставления услуг в сфере сельского туризма необходимо учитывать состояние строений и помещений, которыми располагают потенциальные субъекты сельского туризма.

Опыт функционирования зарубежных и отечественных сельских туристических хозяйств показал, что без хороших жилищных условий эффективная деятельность в данной сфере практически невозможна. В то же время основой сельского туризма должно стать максимальное использование ресурсов при ограниченном инвестировании. Поэтому необходимо сразу определить возможность адаптации имеющихся построек для туристов и, если это необходимо, провести ремонт помещений. Общие требования к сельским усадьбам: обеспечение безопасности жизни, здоровья туристов и сохранность их имущества; оснащение оборудованием для обогрева помещений, обеспечивающим температуру не ниже 18,5 °С в жилых и общественных помещениях; функционирование в соответствии с требованиями охраны окружающей среды (по содержанию территории, техническому состоянию и содержанию помещений); наличие аптечки первой медицинской помощи [14].

Важным этапом подготовки сельской усадьбы является создание хороших бытовых условий для отдыхающих, одна из главных составляющих – оборудование канализации жилого дома. В случае, если общего коллектора нет, то необходимо организовать местный сбор стоков с учетом экологических требований, рассчитанный на максимальное количество гостей.

Наличие полного санузла (содержит ванну и/или душ, умывальник, унитаз) в сельской усадьбе все больше становится не пожеланием, а обязательным требованием при выборе места отдыха в сельской местности. Особенно это касается иностранных туристов, для которых вопросы комфорта чрезвычайно важны. Кроме того, сантехническое оснащение сельской усадьбы – залог функционирования усадьбы не только в летний период.

Особые требования предъявляются к качеству воды. Если анализ колодезной воды не соответствует требованиям, то необходимо установить фильтр.

Величина капитальных затрат на обустройство в целом жилого дома сельской усадьбы (при необходимости: ремонт дома, косметический ремонт помещений, установка фильтра, проведение канализации и обустройство санитарных объектов общего пользования (общих совместно с хозяевами или общих для гостей) зависит от величины и исходного состояния здания, его технического и сантехнического оснащения, а также от решения субъектов сельского туризма благоустраивать усадьбу.

Внешний вид сельской усадьбы и ее территории – первое, на что обращают внимание гости. Первое впечатление может быть решающим, и это надо учитывать. Поэтому усадьбу следует постоянно содержать в чистоте и порядке. Разделение на территории усадьбы хозяйственной и культурной части необходимо не только по соображениям эстетики, но и для безопасности гостей.

Важным элементом благоустройства усадьбы является озеленение ее территории. Для оформления деревенских дворов рекомендуется использовать местные виды растений и цветов. Они приспособлены к климату, хорошо растут, не требуют тщательного ухода. В оформлении усадьбы очень важно максимально использовать натуральные материалы – дерево, камень, щебень, травянистую растительность.

принадлежностей: матрас с наматрасником, подушка, одеяло, покрывало на кровать, простыня, пододеяльник, наволочка. Для еженедельной смены при длительном проживании гостей рекомендуется приобретать комплектов постельного белья больше, чем предполагаемое количество туристов. Для холодного времени года необходимо иметь дополнительные одеяла.

Кроме спальных мест, в комнате должны быть места для хранения одежды с вешалками и полками, стул (не менее одного на комнату), плотные занавеси (или жалюзи) для обеспечения затемнения помещения.

Капитальные затраты на подготовку комнат для гостей будут зависеть, главным образом, от исходной оснащенности комнаты мебелью и ее состояния (если мебель старая, то целесообразно приобрести новую). При условии наличия спального места и места для хранения одежды минимальный размер затрат на организацию ночлега одного туриста будет соответствовать цене комплекта постельного белья.

Еще одним вариантом организации ночлега, пользующимся популярностью в летний сезон, является предоставление специально подготовленной поляны на территории сельской усадьбы для размещения палаток и кемпингов. Поле для размещения палаток должно быть специально подготовлено и оборудовано санитарными сооружениями. Места для установки кемпинговых прицепов должны быть обеспечены устройствами для подключения к воде, канализации и электричеству.

Наряду с размещением важным видом услуг в сельском туризме являются услуги питания. Система питания в агроэкотуристском хозяйстве сводится к двум основным видам: питание, организованное владельцем сельской усадьбы, и самостоятельное питание.

Владельцы сельской усадьбы могут предложить несколько вариантов питания для своих гостей: полноценное (такой вид питания ежедневно включает в себя завтрак, обед и ужин); неполное питание (завтрак и ужин, завтрак и обед); питание в системе "Bed&Breakfast" (завтрак).

Предпочтение рекомендуется отдавать блюдам национальной кухни из экологически чистых продуктов. Предложение блюд из кухонь других национальностей, а также охотничьих и рыбацких значительно разнообразит комплекс услуг по организации питания

в общем спектре предоставляемых услуг, что благоприятно отразится на положении, занимаемом сельской усадьбой на рынке услуг сельского туризма.

В свою очередь, концепция питания самообслуживания основана на предоставлении возможности гостям самим приготовить себе пищу по вкусу и в желаемом ассортименте. Данный вид организации питания в качестве обязательного условия подразумевает наличие в сельской усадьбе обустроенной кухни, которая может быть как отдельно для гостей усадьбы, так и использоваться вместе с хозяевами. В любом случае она должна содержать все необходимое оборудование и кухонные принадлежности для приготовления пищи.

Если владельцами усадьбы в качестве формы организации питания выбрана концепция самообслуживания, то необходимо сразу определить возможности приобретения продуктов питания туристами на отдыхе. Это могут быть продукты, полученные в собственном хозяйстве (молоко, сметана, творог, яйца, овощи и фрукты), продукты, предлагаемые местным населением, продукты питания из розничной торговой сети.

3.2. Формирование дополнительных услуг

Несмотря на то, что основные услуги занимают центральное место в комплексе услуг сферы сельского туризма, владельцам усадеб следует уделить особое внимание дополнительным услугам. Вместе с организацией проживания и питания они составляют комплексный туристический продукт сельского туристического хозяйства.

Широкий спектр предоставляемых услуг, их разнообразие и качество позволяют удовлетворить спрос клиентов самых разных категорий, следовательно, значительно увеличивает шансы сельской усадьбы на рынке сельских туристических услуг. Кроме этого, большое количество дополнительно предоставляемых услуг является важным фактором увеличения продолжительности отдыха туриста, что ведет к росту доходов от данного вида деятельности.

Расширение перечня предлагаемых услуг также должно стать одним из приоритетных направлений развития уже функционирующих сельских усадеб.

В первую очередь субъектам сельского туризма следует обратить внимание на ряд услуг, организация которых не требует инвестиций. Их наличие обусловлено в большей степени рельефом местности, в которой расположена сельская усадьба, а также историко-архитектурным наследием региона. К таким услугам относятся отдых у воды (наличие удобного и безопасного пляжа приветствуется), рыбалка (при наличии собственных рыболовных снарядов), пешие прогулки и познавательные экскурсии по окрестностям, сбор ягод, грибов, лекарственных трав. Предоставление такого рода услуг требует от субъектов сельского туризма лишь затрат по услугам сопровождения туристов по незнакомой местности, к памятникам истории и архитектуры, местам рыбной ловли, сбора грибов и ягод.

Плата за пользование такими дополнительными услугами, как правило, не взимается. Однако их наличие в спектре предоставляемых услуг должно быть отражено в стоимости проживания — чем больше бесплатных услуг может предложить сельская усадьба, тем выше должна быть стоимость проживания в ней. В этом случае туристы, оплачивая ночлег в усадьбе, получают бесплатно набор дополнительных услуг.

Однако организация большинства дополнительных услуг в сфере сельского туризма требует вложения инвестиций. Самыми распространенными (и значительной степени востребованными) являются услуги по организации отдыха и оздоровления. Наличие некоторых из них все чаще становится важным условием при выборе сельской усадьбы. К таким услугам, в частности, относятся баня/сауна, прогулки на лошади, предоставление оборудованного места для приготовления шашлыков (коптильня, скамейки, беседка, мангал).

Большой спрос среди агроэкотуристов находят услуги активного отдыха в сельской усадьбе. Для привлечения такой категории клиентов (любителей активного отдыха) хозяева усадьбы могут разработать различные по продолжительности и сложности маршруты по прилегающей территории. Они могут быть пешие, велосипедные, зимой — лыжные, водные (байдарки, лодки, плоты). Хорошо продуманное и организованное предложение может стать «визитной карточкой» сельской усадьбы, ее «изюминкой».

Кроме того, возможности активного отдыха туристов можно реализовать, организовав прокат инвентаря для культурно-спортивного досуга: велосипед, лодка, инвентарь для рыбной ловли, лыжи, санки, туристическое снаряжение, мячи, сетка для волейбола, инвентарь для игры в теннис, бадминтон, развлекательные игры (шашки, шахматы и т. п.). Оплата за пользование услугами такого типа (отдых и оздоровление), как правило, почасовая.

При организации дополнительных услуг, кроме широко распространенных, владельцу усадьбы важно предложить такие услуги, которые будут выделять его на рынке сельских туристических услуг (баня «по-черному», отдых на сеновале, мастер-классы по кулинарному мастерству, декоративно-прикладному искусству, садоводству, фитотерапия, а для детей — наблюдение и уход за сельскохозяйственными животными). При наличии в сельской усадьбе больших по площади помещений, а также достаточного количества мест для размещения гостей сельская усадьба может предоставлять так называемые организационные услуги (организация праздников, торжеств, встреч, семинаров). Они могут предоставляться без ночлега в сельской усадьбе, однако включают в себя услуги по организации питания. Это способствует росту заполняемости усадьбы (100%-ая заполняемость в отдельные дни), что позволяет быстро окупить вложенные инвестиции. Однако специализация на «застольном» отдыхе имеет и свои негативные последствия — частый ремонт усадьбы.

Наличие в перечне услуг предложений по организации экскурсий значительно увеличивает привлекательность отдыха в данной усадьбе. Такое предложение — отдых в сельской местности и одновременно возможность знакомства с историко-архитектурным наследием региона — выгодно для многих категорий отдыхающих, так как за короткий период времени и относительно небольшую плату они получают комплексный туристический продукт. Экскурсии могут быть как пешие к памятным местам, расположенным вблизи, так и с использованием транспорта (возможны экскурсионные поездки дальностью до 100 км). Если недалеко от усадьбы находятся интересные достопримечательности (дворцово-парковые комплексы, монастыри, имения известных деятелей), то владельцу усадьбы желательно иметь собственное транспортное средство или возможность его аренды. Однако самым важным требованием для органи-

Обустройство территории усадьбы столиками, скамейками, беседкой создаст хорошие возможности для отдыха с удобствами на свежем воздухе. Садовый инвентарь по возможности должен быть из натуральных материалов. Дополнительные рекреационные приспособления на территории усадьбы смогут значительно разнообразить отдых гостей и расширить перечень бесплатных услуг. Для детей это могут быть качели, песочница, для взрослых – гамак, газон для игры в бадминтон, волейбол, кольцо для баскетбола.

Плата за пользование рекреационными приспособлениями, как правило, не взимается, соответственно все затраты по обустройству территории сельской туристической усадьбы включаются в общие затраты по организации отдыха и должны являться составной частью при формировании цены за проживание в сельской усадьбе.

3.4. Формирование цен на услуги в сфере сельского туризма

Цена – важнейший элемент комплекса маркетинга, выполняющий исключительно важную функцию, которая состоит в получении дохода и прибыли. От цен во многом зависят достигнутые коммерческие результаты, а правильно выбранная ценовая стратегия оказывает долговременное и большое влияние на конкурентоспособность туристического продукта и деятельность агротуристического хозяйства. Помимо этого, цена является фактором, имеющим большое значение для потребителей. Она служит средством установления определенных отношений между субъектом сельского туризма и клиентами (туристами) и помогает созданию определенного представления об усадьбе, которое может оказать сильное воздействие на ее последующее развитие. В связи с этим разработка ценовой стратегии – важнейшая задача сельского туристического хозяйства.

Процесс выработки ценовой стратегии состоит из ряда последовательных этапов:

- выявление внешних по отношению к агроусадьбе факторов, влияющих на цены;
- постановка ценообразования;
- выбор метода ценообразования;
- определение ценовой стратегии усадьбы.

К важнейшим внешним факторам, которые необходимо учитывать при разработке ценовой стратегии, относятся: соотношение спроса и предложения, уровень и динамика конкурирующих цен, потребители.

Установление цен также во многом определяется имиджем сельской туристической усадьбы. Предлагая свои услуги клиентам, владелец усадьбы должен, прежде всего, заботиться о том, как будут восприниматься потребителем его услуги.

Различные клиенты по-разному воспринимают имидж усадьбы, так как у всех групп потребителей свои индивидуальные запросы и требования к качеству услуг. Следовательно, ценовая стратегия должна определять характер отношений с каждым отдельным сегментом потребителей. Так, скромная агроусадьба с небольшим перечнем предоставляемых услуг может с недоверием восприниматься клиентами с высоким уровнем доходов. В то же время менее обеспеченные туристы с удовольствием будут пользоваться ее услугами. Таким образом, владелец этой усадьбы должен разрабатывать свою ценовую стратегию таким образом, чтобы услуги, предлагаемые различным группам клиентов, по качеству и цене соответствовали воспринимаемому ими имиджу предприятия.

Выявление внешних по отношению к усадьбе факторов, влияющих на процесс ценообразования, позволяет обоснованно подойти к определению целей ценообразования, которые необходимы для разработки соответствующей ценовой стратегии. Стратегия ценообразования может преследовать самые разнообразные цели, основные из них – максимизация текущей прибыли, удержание позиций и лидерство на рынке, лидерство в качестве оказываемых услуг.

Цель *максимизации текущей прибыли* в агротуристическом хозяйстве может быть достигнута при условии, если усадьба предлагает уникальные услуги, отсутствующие у конкурентов, и спрос на услуги в сфере сельского туризма значительно превосходит предложение.

Установленная подобным образом цена воспринимается рынком, даже если она явно не отражает реальную структуру затрат, связанных с предоставлением услуг.

Однако постановка целей максимизации текущей прибыли без учета вероятной реакции рынка может отрицательно сказаться на функционировании усадьбы в будущем.

В условиях высокой насыщенности рынка сельских туристических услуг может возникнуть ситуация, когда владелец усадьбы будет заинтересован в том, чтобы предлагать свои услуги по любой цене, только бы удержать позиции на рынке. Однако данного подхода долго придерживаться нельзя.

Цель стратегии, рассчитанной на завоевание и поддержание лидерства на рынке, реализуется на самых ранних стадиях жизненного цикла усадьбы. Владелец усадьбы устанавливается низкая цена, доступная для потребителя и не вызывающая желания у конкурентов побороться за лидирующее положение на рынке. Такая цель ценообразования может быть выбрана теми субъектами сельского туризма, которые ведут строгий учет своих затрат, без которого нельзя установить цену (особенно низкого уровня), позволяющую работать с достаточной прибылью.

Выбирая цель ценовой стратегии, направленной на достижение лидерства в качестве предлагаемых услуг, владелец усадьбы стремится превзойти конкурентов путем максимального повышения качественных характеристик своей деятельности. Улучшение качества продуктов означает и повышение цены на них. И если такое повышение рассматривается потребителем как вполне допустимое, то такая усадьба может с успехом уйти от конкурентной борьбы.

После определения целей выбирается метод установления исходной цены. В практике маркетинга разработаны следующие методы ценообразования: на основе издержек, с ориентацией на уровень конкуренции; с ориентацией на спрос.

При разработке ценовой стратегии субъекту сельского туризма рекомендуется использовать эти три метода во взаимодействии, поскольку ориентация только на один из них не способствует проведению гибкой ценовой стратегии и даже приводит к прямым и косвенным убыткам.

Ценообразование на основании затрат основано на калькуляции полной себестоимости услуг с добавлением желаемой прибыли как процента сверх издержек. Указанный метод ценообразования не принимает во внимание такие важные факторы, как уровень спроса, чувствительность клиентов к уровню цены, уровень цен

конкурентов. Помимо этого, на современном этапе развития сельского туризма такой метод затруднен в использовании владельцами усадеб, так как не все субъекты этой сферы проводят тщательный учет затрат, связанных с оказанием услуг сельского туризма.

Ценообразование с ориентацией на уровень конкуренции достаточно характерно для предприятий, работающих в сфере туризма. При этом цены устанавливаются в зависимости от требовательности клиентов, предоставляемого сервиса, ответной реакции конкурентов.

Ценообразование с ориентацией на спрос основано на изучении желаний потребителей и установлении цен, приемлемых для целевого рынка. Данный метод применяется в том случае, если цена является решающим фактором в приобретении туристического продукта.

Использование указанных ранее методов позволяет определить исходную цену туристического продукта. Однако окончательно установленная цена может существенно отличаться от предлагаемой заранее. Это обусловлено выбором той или иной ценовой стратегии.

Ценовая стратегия сельской усадьбы – выбор возможной динамики изменения исходной цены сельского туристического продукта в условиях рынка, наилучшим образом соответствующей цели усадьбы.

Выбор той или иной ценовой стратегии зависит от сочетания и взаимодействия многих факторов, важнейшими из которых являются характеристики и степень новизны туристического продукта, относительная его исключительность по сравнению с другими; условия конкуренции; особенности рынка сбыта; издержки и величина ожидаемой прибыли; прочие факторы, касающиеся функционирования усадьбы на рынке (например, ее имидж).

Для успешного продвижения услуг новой сельской туристической усадьбы может быть использовано несколько ценовых стратегий. Наиболее распространенными среди них являются стратегия "снятия сливок" и стратегия цен проникновения на рынок.

Стратегия «снятия сливок» (высоких цен) предполагает первоначальную продажу услуг новой усадьбы по высоким ценам. Это возможно в условиях отсутствия конкуренции (первая усадьба в регионе) и предложения абсолютно новых дополнительных услуг

(например, предложение джип-сафари, прогулок на яхте, фотоохоты и т. д.). К тому же высокая первоначальная цена создает своего рода образ продукта высокого качества. Впоследствии, когда рынок оказывается насыщенным и появляются услуги-аналоги, цены на услуги усадьбы снижаются.

Стратегия цен проникновения на рынок базируется на преднамеренно низком уровне цен с целью оказания влияния на возможно большее число потребителей. Такая стратегия может использоваться новыми усадьбами, которые любой ценой стремятся увеличить свою долю на рынке. С ростом продаж и по мере освоения рынка цена несколько повышается, но так, чтобы это не препятствовало дальнейшему расширению объемов реализации.

Для успешного продвижения на рынок новых сельских туристических продуктов могут использоваться и другие стратегии ценообразования.

Одной из них является *стратегия престижных цен*. Престижные цены представляют собой намеренно высокие цены, предназначенные для привлечения потребителей, которые более обеспокоены качеством продукта, его уникальностью или статусом, чем ценой.

Стратегия «следования за лидером» предполагает соотнесение владельцем усадьбы цен на свои услуги с движением и характером цен лидера на данном рынке. Однако это не означает установления цены на новые услуги в строгом соответствии с уровнем ведущей усадьбы на рынке. Речь идет о необходимости учета политики цен. Цена на услуги новой усадьбы может отклоняться от усадьбы-лидера, но только в известных пределах, которые обусловлены качественным превосходством тех или иных услуг.

Реализация ценовой стратегии предполагает детальный учет стадий жизненного цикла туристического продукта. На стадии внедрения цена, как правило, устанавливается на основе изучения среднерыночных цен и спроса. Предлагать свои услуги новая усадьба может и по низкой цене. Цены обычно немного поднимаются на стадии роста продаж, когда потребители уже знакомы с услугами туристической усадьбы. На стадии зрелости рост продаж замедляется, затем постепенно начинает снижаться, тогда на рынке пытаются удержаться путем различных модификаций, усовершенствований, дополнительных услуг. Попытки сделать это за счет

уменьшения цены в туристической отрасли довольно опасны, поскольку психологически данные услуги воспринимаются потребителями как продукт со сниженным качеством.

Таким образом, цена представляет собой один из важнейших элементов при работе на рынке. Активное использование гибкого ценообразования способствует значительному расширению рынка сбыта и повышает конкурентоспособность реализуемых услуг.

4. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ХОЗЯЙСТВА

4.1. Рекламно-информационная составляющая развития сельского туризма

Важным условием успешного функционирования любого субъекта хозяйствования в условиях рыночной экономики является комплекс мероприятий по продвижению продукта (услуг). Успех работы сельского туристического хозяйства также в значительной степени зависит от эффективности рекламно-информационной составляющей его деятельности, поэтому субъекты сельского туризма должны стремиться использовать как можно больше средств рекламы своих услуг. Однако не все субъекты сельского туризма в состоянии в полной мере обеспечить информационную поддержку своим услугам. Необходимо объединение усилий самих субъектов сельского туризма, органов власти, общественных объединений, туристических компаний и СМИ.

Одним из самых эффективных видов рекламы, в том числе сельских туристических услуг, является Интернет. Особенно велико его значение в содействии экспорту сельских туристических услуг - во многих странах это единственная возможность получения информации о туристическом продукте (в том числе в сельской местности) нашей страны.

Здесь возможны создание собственного сайта сельской усадьбы (уже есть несколько успешных примеров) и реклама услуг по средствам других сайтов. Владельцы сельских усадеб имеют возможность бесплатно разместить свою рекламу на официальных сайтах исполнительного комитета своей области.

Информация о сельской усадьбе, представленная через Интернет-ресурсы, должна быть максимально объективной и содержать следующие необходимые разделы: название сельской туристической усадьбы, местонахождение, объяснение проезда к усадьбе с учетом всех возможных видов транспорта, инфраструктура усадьбы и прилегающей территории, перечень предоставляемых услуг, туристические объекты вблизи усадьбы, контактная информация о хозяевах, сопровождение описания сельской туристической усадьбы фотоснимками способствует осознанному выбору услуг в этой сфере.

Эффективной также является реклама услуг сельского туризма посредством буклетов и каталогов сельских усадеб. Такие материалы издают областные исполнительные комитеты, общественные объединения и пр.

Однако многое в сфере рекламы сельских туристических услуг в силах сделать сами хозяева усадьбы. Участие в специализированных выставках и ярмарках, фестивалях, издание собственной рекламной продукции (листовки, календари, визитки) и распространение ее среди своих клиентов, а также тесное сотрудничество со СМИ (начать можно с местных СМИ) будут способствовать продвижению и реализации собственного туристического продукта.

Однако субъектам сельского туризма нельзя забывать о том, что эффективное функционирование сельского туристического хозяйства в целом и реклама его услуг в частности невозможны без качественного обслуживания клиентов. Оно само по себе создает предпосылки для рекламы услуг сельской туристической усадьбы. Клиенты, которые были удовлетворены хорошей организацией отдыха в усадьбе, обязательно расскажут об этих местах своим друзьям, родственникам и знакомым.

4.2. Потребители услуг в сфере сельского туризма

При формировании сельского туристического продукта и продвижении его на рынок владельцы сельской усадьбы должны четко представлять себе конкретного потребителя их услуг (категорию клиентов, которых может заинтересовать предложение данной сельской усадьбы). При соответствующем рекламном сопровожде-

нии это поможет занять субъекту сельского туризма свое место на рынке сельских туристических услуг и привлечь целевые группы туристов.

Потенциальными категориями туристов являются семьи с детьми до 12 лет, пенсионеры, семьи, не имеющие дач и родственников в деревне, люди, которым не рекомендована резкая смена климата и заинтересованные в проведении выходных в деревне (охотники, рыболовы).

Специфика рынка сельских туристических услуг в России заключается в высоком спросе на так называемые организаторские услуги в усадьбах (организация праздников, семейных и корпоративных торжеств, банкетов, семинаров), поэтому еще одна важная категория отдыхающих в сельской местности – организованные группы туристов (родственники, коллеги, партнеры).

Решение специализироваться на приеме тех или иных категорий сельских туристов должно базироваться на четком представлении набора услуг, который будет востребован у данных туристов, что, в свою очередь, предполагает создание соответствующей инфраструктуры. Так, для семей с детьми рекомендуется наличие детской кроватки, безопасной детской площадки для игр на свежем воздухе и внутри помещения, условий для безопасного контакта с животными. Такие семьи основное время проводят в пределах территории усадьбы, где отдыхают, поэтому будут заинтересованы в большом количестве дополнительных услуг.

Для приема специальных туристов (охотников, рыболовов) необходимо оборудовать место для сушки одежды, снастей, приготовления добытой дичи, рыбы и т. д. Такие туристы проводят очень много времени вне дома и самостоятельно организуют свой отдых. Наиболее часто их требования ограничиваются лишь ночлегом и завтраком.

4.3. Реализация туристического продукта в сфере сельского туризма

Реализация услуг сельскому туристу – важный этап функционирования сельского туристического хозяйства. Во-первых, именно с этого зачастую начинается непосредственный контакт владельца усадьбы с клиентом. Во-вторых, именно по его результатам можно оценить эффективность всей деятельности в целом.

Реализация услуг может осуществляться напрямую сельским туристам через туристические агентства и туристические порталы (заказ тура осуществляется через центр бронирования).

Основной задачей владельца усадьбы на данном этапе функционирования является формирование своего рынка клиентов. Постоянные клиенты – залог стабильного спроса на услуги сельской усадьбы. Для их привлечения субъектам сельского туризма рекомендуется устанавливать соответствующую ценовую политику.

Сельская туристическая деятельность, как и любая туристическая деятельность в нашей стране, носит ярко выраженный сезонный характер. Поэтому в реализации услуг сельского туризма можно выделить период массовой реализации услуг (май – сентябрь, декабрь – январь). Важнейшая задача владельца сельской усадьбы – увеличение продолжительности массовой реализации своих услуг. Для достижения этой цели субъектам сельского туризма могут быть рекомендованы следующие мероприятия: снижение цен на основные виды услуг в межсезонье, развитие услуг внесезонного характера, предложение дополнительных услуг в качестве бонусов для отдыхающих, прибывших вне сезона.

Все эти меры будут способствовать поддержанию относительно стойкого спроса на услуги усадьбы в течение всего года, что делает доход от реализации услуг сельского туризма более стабильным.

4.4. Планирование и контроль деятельности в сфере сельского туризма

Деятельность сельского туристического хозяйства на всех его этапах – от формирования туристического продукта до его реализации – должна соответствовать стратегии маркетинга сельской усадьбы. Ее главная суть заключается в выборе перспективной цели деятельности хозяйства, рассчитанной на достижение в будущем максимальной эффективности намечаемых мероприятий (получение максимальной прибыли, удовлетворение спроса на рынке и т.д.). Этому должно содействовать планирование деятельности усадьбы, которое четко определяет цель усадьбы, последовательность осуществления конкретных действий по развитию хозяйства (определение набора предоставляемых услуг, ценовой стратегии, методов продвижений услуг на сельский туристический рынок),

основные показатели реализации услуг на конкретный период времени (чаще всего на сезон), средства выполнения этих показателей.

Особенно важно, организуя деятельность по оказанию услуг в сфере сельского туризма, определить основные показатели работы усадьбы за определенный период: объем реализации туристических услуг, размер прибыли от предоставления услуг. Планирование таких показателей должно основываться на точном определении издержек организации услуг. Это поможет владельцу усадьбы установить безубыточный объем реализации своих услуг (такой объем реализации услуг, при котором хозяйство осуществляет свою деятельность без прибыли и убытков), превышение которого обеспечивает субъекту сельского туризма получение прибыли.

Планирование деятельности содействует не только достижению намеченных целей, но и облегчает контроль и оценку результатов деятельности в конце года (сезона). Контроль функционирования хозяйства может осуществляться по нескольким показателям: финансовому, количественному и качественному. Он обычно завершает процессы формирования, продвижения и реализации туристических услуг, его данные служат основой для начала новой стадии планирования на следующий период (год, сезон).

5. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЯХ

При организации рекреационной деятельности используются основные правовые акты:

Гражданский кодекс РФ определяет организационно-правовые формы юридических лиц, регулирует отношения собственности, порядок совершения сделок, особенности отдельных видов обязательств;

Земельный кодекс РФ определяет правовой режим земель различных категорий, порядок предоставления земельных участков, устанавливает административную ответственность за нарушение земельного законодательства;

Федеральный закон от 24 июля 2002 г. № 101-ФЗ «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения» устанавливает порядок оборота земель, долей в праве общей собственности на земельный участок, правила выделения участка в счет доли, изъятия неиспользуемого участка.

Если в процессе работы в рамках проекта возникает потребность в учреждении новой организации, то необходимо руководствоваться следующими правовыми актами: Федеральный закон от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»; Федеральный закон от 14 июня 1995 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации»; Федеральный закон от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью»; Федеральный закон от 8 декабря 1995 г. № 193-ФЗ «О сельскохозяйственной кооперации»; Федеральный закон от 26 декабря 1995 г. № 208 - ФЗ «Об акционерных обществах»; Закон РСФСР от 25 декабря 1990 г. № 445-1 «О предприятиях и предпринимательской деятельности», статьи 34, 35; Федеральный закон от 22 апреля 1996 г. М 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг»; стандарты эмиссии акций при учреждении акционерных обществ, дополнительных акций, облигаций и их проспектов эмиссии, утвержденные постановлением Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг от 11 ноября 1998 г. М 47; положение о порядке регистрации субъектов предпринимательской деятельности, утвержденное Указом Президента РФ от 8 июля 1994 г. М 1482 «Об упорядочении государственной регистрации предприятий и предпринимателей на территории Российской Федерации».

В процессе работы по учреждению юридических лиц необходимо руководствоваться также правовыми актами субъектов Российской Федерации.

Если возникает потребность в совершении сделки и надлежащем ее оформлении, то необходимо руководствоваться Федеральным законом «О регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним» (в случае, если объектом сделки является недвижимое имущество).

При совершении сделок необходимо удостовериться, что партнер уполномочен совершать такого рода сделку. Для этого необходимо удостовериться в его полномочиях. Полномочия представи-

телей юридических лиц определяются в соответствии с вышеназванными правовыми актами, учредительными документами данного юридического лица, документами о назначении уполномоченного представителя на соответствующую должность (например, протоколом об избрании директором), доверенностями.

Налоговые правоотношения регулируются Налоговым кодексом РФ, Законом РСФСР «О налоге на прибыль предприятий и организаций»; Законом РФ «О плате за землю», иными федеральными законами и законами субъектов Российской Федерации, актами органов местного самоуправления, правовыми актами государственной налоговой службы.

Найти ответ на вопрос, кто имеет право получить земельный участок (не в счет земельной доли), на каких условиях (за плату или бесплатно) можно в следующих нормативных правовых актах:

Земельный кодекс РСФСР от 25 апреля 1991 г.; Закон РФ от 23 декабря 1992 г. М 4196-1 «О праве граждан Российской Федерации на получение в частную собственность и на продажу земельных участков для ведения личного подсобного и дачного хозяйства, садоводства и индивидуального жилищного строительства»; Закон РФ от 24 декабря 1992 г. М 4218-1 «Об основах федеральной жилищной политики»; Указ Президента РФ от 7 марта 1996 г. № 337 «О реализации конституционных прав граждан на землю»; Положение о прохождении службы в органах налоговой полиции (утверждено постановлением Верховного Совета РФ от 20 мая 1993 г. № 4991-1); Положение о службе в органах внутренних дел Российской Федерации (утверждено постановлением Верховного Совета РФ от 23.12.92 № 4202; Письмо Комитета РФ по земельным ресурсам и землеустройству от 27 мая 1996 г. № 2-21/1091 «О получении земельных участков в собственность бесплатно руководителями и специалистами органов государственной власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления, а также проработавшими в колхозах, совхозах и других сельскохозяйственных организациях не менее 5 лет (п. 7 Указа Президента Российской Федерации от 07.03.96 г. № 337)».

Необходимо также руководствоваться правовыми актами субъектов Российской Федерации. Если гражданин желает выделить земельный участок в счет земельной доли, то ему необходимо руководствоваться Указом Президента РФ от 23 октября 1993 г.

№1767 «О регулировании земельных отношений и развитии аграрной реформы в России»; Указом Президента РФ от 7 марта 1996 г. № 337 «О реализации конституционных прав граждан на землю»; Законом РФ «О местном самоуправлении в Российской Федерации» (ст. 60) (примечание: ст. 60 Закона РФ «О местном самоуправлении в Российской Федерации» действует только в тех субъектах Российской Федерации, где не приняты собственные законы о разграничении предметов ведения муниципальных образований, см. ст. 56 Федерального Закона от 28 августа 1995 г. № 154-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации"); Гражданским процессуальным кодексом РСФСР, ст. 25; Федеральным законом "О регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним"; Федеральным законом от 24 июля 2002 г. № 101-ФЗ «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения»; правилами ведения единого государственного реестра прав на недвижимое имущество и сделок с ним, а также правовыми актами соответствующего субъекта Российской Федерации и правовыми актами соответствующего муниципального образования.

Важно также ознакомиться с документами разъяснительного характера областных (краевых) комитетов по земельным ресурсам и землеустройству и органов по регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним (это поможет существенно ускорить проведение работ по выделу земельных участков и их регистрации). При работе с органами государственной власти необходимо исходить из того, что каждый орган наделен собственной компетенцией и не может решать вопросы, которые не отнесены к его ведению. Компетенция органов государственной власти и органов местного самоуправления определяется следующими правовыми актами: Конституцией РФ; законами (или положениями) о том или ином органе; уставами субъектов Российской Федерации; уставами муниципальных образований. При осуществлении работ по созданию (совершенствованию деятельности) органов территориального общественного самоуправления следует руководствоваться: Федеральным законом от 25 сентября 1997 г. № 126-ФЗ «О финансовых основах местного самоуправления в Российской Федерации»; Федеральным законом от 28 августа 1995 г. № 154-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в

Российской Федерации»; Законом РФ от 6 июля 1991 г. № 1550-1 «О местном самоуправлении в Российской Федерации».

При разработке проектов документов о формировании бюджетов необходимо руководствоваться: Бюджетным кодексом РФ; Федеральным законом «О финансовых основах местного самоуправления в Российской Федерации»; законами субъектов Российской Федерации о бюджетном устройстве и бюджетном процессе; законами субъектов РФ о минимальном бюджете муниципального образования; Указом Президента РФ от 23 мая 1996 г. № 769 «Об организации подготовки государственных минимальных социальных стандартов для определения финансовых нормативов формирования бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов»; законами субъектов РФ о социальных стандартах; правовыми актами органов местного самоуправления (например, положениями о бюджетном устройстве и бюджетном процессе в соответствующем муниципальном образовании).

В зависимости от конкретной ситуации возможны различные правовые подходы к организации зон отдыха. Прежде всего, хозяин должен определить свой юридический статус. Опыт показал, что возможны следующие варианты определения юридического статуса хозяина зоны отдыха.

Хозяин зоны отдыха, выступающий как физическое лицо. В этом случае он не регистрируется как предприниматель в органах исполнительной власти, но подает декларацию о полученных доходах для начисления и уплаты налогов. Хозяин зоны отдыха заключает договор оказания услуг по краткосрочному проживанию с районным Центром рекреационных услуг по приему туристов. Эта форма наиболее удобна для владельца зоны отдыха, поскольку все взаимоотношения с исполнительными органами власти, учреждениями (налоговая служба, административные органы) и другими организациями (страховые компании, рекламные агентства, фирмы, занимающиеся продвижением турпродукта, и др.) возлагаются на Центр.

Сельским туристическим центром может выступать физическое лицо, зарегистрированное как индивидуальный предприниматель, или любое юридическое лицо, в том числе турфирма, экскурсионное бюро, унитарное предприятие, учрежденное местной админи-

страцией для оказания туристских услуг, музеев, заповедников, национальных или природный парк и др.

Хозяин зоны отдыха, выступающий как индивидуальный предприниматель без образования юридического лица. Регистрация предпринимательской деятельности производится местной администрацией по месту жительства. Индивидуальные предприниматели подлежат обязательной регистрации в налоговых органах. После государственной регистрации и постановке на учет в налоговой инспекции индивидуальный предприниматель может оказывать услуги по размещению туристов, однако он должен организовать учет доходов и расходов для своевременной уплаты налогов и подачи ответствующих деклараций. Учет может осуществляться в рамках обычной схемы налогообложения или по упрощенной системе налогообложения.

Условия пользования лесными участками в целях организации сельского туризма (рекреации). Ресурсы и территориальное размещение зон отдыха выявляются при лесо- и землеустройстве или экспедициями специализированных проектных и научных организаций. Соответствующие данные вносятся в устроительные материалы. Владельцы лесного фонда и пользователи участков для нужд рекреации могут осуществлять текущий учет природных ресурсов.

Порядок оформления лесных участков для рекреационных целей. В соответствии с решением местных органов власти о распределении таких участков по результатам торгов и конкурсов пользователям выдаются разрешительные документы: лесной билет и лицензия. Лесной билет выписывается лесхозом (лесничеством) в трех экземплярах: один — выдается пользователю, другой — направляется в лесхоз, третий — остается в лесничестве. Лесной билет выдается на один сезон и дает право на указанные виды и сроки пользования конкретному лицу (юридическому или физическому), указанному в билете. Указываются место, размер, условия проведения пользований, размер платежа. Лесной билет является документом строгой отчетности, его форма утверждается Правительством Российской Федерации. Лицензия дает право на долгосрочное пользование сроком от двух до десяти лет. Юридические и физические лица, желающие арендовать участки лесного фонда для осуществ-

ления побочных пользований (сбор сельскими туристами лесных грибов, ягод, лекарственных растений), направляют владельцу лесного фонда (лесхозу) письменное заявление, в котором они приводят свое полное наименование и адрес, границы и местоположение заявляемого участка, обязательства об уплате всех расходов по подготовке и оформлению лицензии. Лесхоз в месячный срок рассматривает заявление и готовит с участием арендатора лицензию, которая на основании совместного решения районной (городской) администрации с владельцем лесного фонда утверждается и регистрируется в установленном порядке. Форма лицензии утверждена Федеральной службой лесного хозяйства России. Лицензия является документом строгой отчетности. После ее получения лесопользователь (заготовитель) заключает с владельцем лесного фонда договор об аренде, в котором подробно оговариваются взаимные условия сторон. При наличии лицензии и договора лесопользователь должен ежегодно выписывать лесной билет и производить оплату за рекреационное пользование. Лесопользователь может приступить к осуществлению пользований только после выписки лесного билета.

Лесные подати, арендная плата и ответственность за нарушения. Пользователи вносят арендную плату в размере и в сроки, определенные лицензией, а за сезонное пользование оплачивают лесные подати при оформлении лесного билета. Принципы определения размеров оплаты устанавливаются органами власти субъектов федерации, а конкретные размеры — районными (городскими) администрациями либо определяются на лесных торгах. При пользовании участками для организации зон отдыха размер платы устанавливается за единицу площади.

6. ПРИМЕРЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАРУБЕЖНОГО И ОТЕЧЕСТВЕННОГО СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Пример 1. *Важные и разнообразные цели туризма. Остров Готланд, Швеция*

Первая летняя школа Европейской Академии проходила на шведском острове Готланд, расположенном в Балтийском море. Это огромный остров площадью 7500 км². Он представляет собой сплошную сельскую местность, состоящую из лесов и ферм. Его население – около 58 тыс. человек, из них 22 тыс. живут в столице – г. Висби. Экономика острова смешанная. Основными источниками дохода являются фермерство, рыболовство, лесная и обрабатывающая промышленность, туризм.

Туризм на острове начал развиваться в XIX в. В 1900 г. количество туристов, ежегодно посещающих остров, достигло 8 тыс. человек. Их число постепенно росло, приток приезжих возрос. У населения Швеции стало больше свободного времени, а доходы увеличились. В 2001 г. остров посетили 700 тыс. туристов. Большинство из них приезжают из Швеции, в частности Стокгольма и близлежащих регионов, но значительная их часть – граждане других северных стран, а также Англии и Германии.

Главная туристическая ценность Готланда – умеренный климат, море и побережье, природные и культурные особенности. Здесь имеется огромный выбор занятий на открытом воздухе (верховая езда, парусный спорт, катание на велосипедах и др.). Столица острова – Висби расположена на месте средневекового города, имеющего статус мировой культурной ценности. Ежегодно в августе здесь проводится средневековый фестиваль. Практически весь туризм является сельским. Тем не менее, туристам предлагаются различные виды жилья, начиная от палаточных лагерей и деревянных домиков и заканчивая первоклассными отелями.

Туризм Готланда – сезонный бизнес. На остров приезжают около 175 тыс. человек в июне, 400 тыс. – в июле, 250 тыс. – в августе и незначительное количество в другие месяцы.

Эта «сезонность» приветствуется местными предпринимателями. Они утверждают, что за короткий период времени можно заработать достаточно для жизни, а у некоторых из них есть другие источники дохода в межсезонье. И все же туристическая ассоциация острова активно проводит кампании по привлечению туристов в несезонное время, а местные власти предлагают создать 500 новых рабочих мест в туристическом бизнесе и сфере услуг. Таким образом они пытаются увеличить число молодых людей, живущих на острове.

Цель туристической ассоциации – создать цельный имидж Готланда как места с богатым историческим прошлым, разнообразной природой и большим выбором занятий на открытом воздухе. Причем именно сельский туризм предлагает возможности для качественного отдыха.

Пример 2. *«Винный путь Виллани - Сиклос». Венгрия*

«Винный путь» в юго-западной Венгрии является смелым примером одной из форм туристического продукта, которую можно встретить во многих местностях южной Европы. Целью создания Ассоциации «Винный путь Виллани–Сиклос» стало продвижение в регион туризма, который может поддержать производство вина в данной местности и создать новые рабочие места.

«Винный путь» проходит через 11 коммун округа Баранья на южной оконечности Трансдунайской области, близ хорватской границы. Это регион со слабо развитой экономикой и низким среднедушевым доходом.

Основные преимущества для туризма в этой местности – живописные пейзажи, традиционная архитектура и вино. Тем не менее, до начала 90-х годов прошлого века туризм здесь почти не был развит. К этому времени лидеры округа осознали, что качество производимых в Виллани–Сиклос вин достаточно высокое для того, чтобы создать «Винный путь» европейского уровня.

Население региона с энтузиазмом отреагировало на предложение Совета округа. Мэр самой малой коммуны Палконья, который уже пытался развивать туризм в этой местности, возглавил создание «Винного пути». В 1994 г. была создана Ассоциация «Винный путь Виллани–Сиклос». В нее вошли представители местных вла-

стей, общественных объединений, бизнесмены и отдельные граждане.

Концепция «Винного пути» была разработана правительственными экспертами по туризму, региональному развитию и производству вин. Финансирование составило 20 млн форинтов (около 82 тыс. евро). Деньги на ее реализацию были выделены Европейским союзом в рамках программы PHARE.

Был продуман 30-километровый путь, который связал многочисленные достопримечательности и другие объекты туристической инфраструктуры. Сюда вошли дома для размещения туристов, места для дегустации и продажи вин. Все это создало в регионе целостный туристический продукт.

Вначале Ассоциация организовывала курсы для местных жителей, чтобы подготовить их к деятельности по созданию и поддержке «Винного пути». Она также аккумулировала фонды для улучшения туристического продукта. Для этого, например, проводили тренинги для безработных и малых предприятий, предоставляли беспроцентные кредиты местным предпринимателям для создания рабочих мест в сфере туризма. Ассоциация открыла офис в Сиклосе – столице региона. Сотрудники офиса разработали для «Винного пути» стратегический план и программу действий, систему контроля качества, создали туристскую информационную службу и маркетинговый план. Всем, кто представлял туристические услуги, предъявлялись высокие требования по условиям размещения туристов, организации мест дегустации и продажи вина, мест отдыха и питания.

«Винный путь Виллани–Сиклос» предлагает 60 мест, в которых можно купить вино, и 50 мест дегустации. Здесь же расположены 8 ресторанов, 3 винных магазина, 2 стоянки, манеж для верховой езды, 10 отелей и пансионатов, 32 фермы, предлагающие размещение в сельской местности, музеев. Ассоциация открыла сайт в Интернете, наладила единую систему указателей и серию «информационных точек» вдоль всего пути. В 2001 г. Ассоциация учредила туристическое агентство в Виллани. Оно предлагает любителям вина регулярные туры продолжительностью два-три дня, разрабатывает индивидуальные программы по требованию каждого гостя, рекламирует места дегустации вин и размещения туристов.

Ассоциация установила тесные связи более чем с 30 научными и профессиональными организациями, в которых состоит 91 предприниматель. «Винный путь Виллани - Сиклос» стал моделью для создания других подобных проектов в Венгрии. За последние два года в Южном Трансдунае было создано пять новых ассоциаций «Винного пути», которые объединили свои усилия с Ассоциацией «Винного пути Виллани - Сиклос» для создания региональной системы контроля качества, а также единой информационной службы «Южно-Трансдунайский Винный путь».

Пример 3. «Путешествие в искусство Остроботнии». Финляндия

«Путешествие в искусство Остроботнии» – это культурный тур, предлагающий гостям проехать через часть западной Финляндии, посещая музеи искусств и другие достопримечательности.

Идея создания такого тура родилась в начале 2000 г. как часть проекта культурного туризма в Южной Остроботнии. Проект был инициативой сотрудников коммун и музеев искусств данной местности. Их целью было создание нового туристического продукта, основанного на культурном наследии региона. Они организовали шесть семинаров, во время которых обсуждались следующие вопросы: Какой новый продукт можно создать и с каким имиджем? На какие целевые группы будет рассчитан данный продукт? Что нужно потребителям данного продукта? Какие впечатления получат гости? Каковы сильные и слабые стороны проекта?

После семинаров было составлено описание продукта, установлены цены, определены исполнители, партнеры, разработаны рабочий план и маркетинговая политика.

«Путешествие в искусство Остроботнии» – это маршрут (около 160 км), который проходит через три муниципальных округа – Куортане, Алайарви и Атари. Свои услуги объединили три музея искусств, три сельских отеля и один производитель вин.

Все стороны, участвующие в проекте, к моменту его начала уже были известны высоким качеством услуг, однако ранее они не имели опыта тесного сотрудничества. После разработки «Путешествия в искусство Остроботнии» они стали работать вместе и действовать как единое целое. Так, цены на проживание и питание стали одинаковыми во всех трех отелях. Маршрут рассчитан в основном на

пожилых людей, которые совершают 1-2-дневные туры малыми группами. Ферма, производящая вино, является дополнительной достопримечательностью. Она не связана с «Путешествием в искусство» напрямую, но дополняет его. «Путешествие в искусство Остроботнии» предлагает развлекательный тур, который может включать в себя стандартный набор мероприятий, а может быть адаптирован индивидуально к запросам каждой конкретной группы. Маршрут рекламируется Туристической Службой Южной Остроботнии. «Путешествие в искусство» является хорошим примером создания нового туристического продукта путем сведения разных программ. Таким образом, туристы получают более разнообразные и интересные впечатления в дополнение к уже существующим услугам и достопримечательностям. В Финляндии этот туристический продукт воспринимается как новинка и привлекает все возрастающее количество туристов.

Пример 4. Некоммерческое агентство, предлагающее высококачественный туризм. Цумерка. Греция

Данный пример представляет опыт гористой части Греции, в которой работает некоммерческое агентство, использующее Местное соглашение по контролю над качеством (МСКК) для улучшения качества туристического продукта в данной местности.

Концепция МСКК заключается в создании общественного некоммерческого агентства, в работе которого могут участвовать различные туристические организации. Они заключают «контракт качества» друг с другом, который обязывает их сохранять и распространять местные традиции и культурное наследие, уважать туристов и воздерживаться от несправедливой конкуренции друг с другом. МСКК Цумерка объединяет 24 предприятия из 7 горных деревень с населением 6800 жителей. Регион находится в экономическом упадке, а численность населения сокращается. ВВП здесь составляет менее 70% от среднего по стране. Когда начал развиваться туризм, особенно зимний, появились шансы для экономического возрождения этой области. Небольшая, но динамично развивающаяся группа местных предпринимателей, большинство из которых участвовало в местной программе LEADER, решила ввести в действие Местное соглашение по контролю над качеством. Цель – увеличение известности данной области и создание имиджа

высококачественного курорта, доступного среднему классу туристов. Кроме того, соглашение позволило всем его участникам получить доступ к консультациям экспертов, тренингам, рекламе, а также участвовать в туристических ярмарках. Члены МСКК Цумерка должны соответствовать как минимум двум из пяти критериев «высокого качества», указанных в контракте: традиционность мебели и оборудования помещений, высокий уровень обслуживания туристов, высокое качество еды и напитков (включая традиционные блюда, продукты и вина), традиционная архитектура, а также забота об окружающей среде. Сертификацию членов МСКК и мониторинг соблюдения данных стандартов качества проводит специальный комитет. В его состав входят представители властей региона и префектуры, а также регионального агентства по развитию. Члены МСКК стремятся получить сертификат по всем пяти критериям. Информация о данных критериях размещена в помещениях всех предприятий, входящих в данную систему, и все предприятия, прошедшие сертификацию, отображены на информационном стенде при въезде в каждую деревню.

Члены МСКК начали коллективные переговоры с туристическими операторами, они совместно участвуют в двух больших туристических ярмарках в Афинах и Салониках, опубликовали туристическую брошюру о своей местности. Они также намерены создать совместную систему заказа мест через Интернет и организовать тренинги для обучения персонала. Первые два года работы МСКК Цумерка не были легкими. 24 предпринимателя должны были отбросить все подозрения и недоверие, которые распространены в таких местечках, где «пирог» мал, а конкурентов, желающих откусить часть от него, более чем достаточно. Необходимо было создать атмосферу и культуру сотрудничества, и на это потребовалось время. Постепенно начали проявляться преимущества совместной работы, и ментальность местных предпринимателей существенно изменилась. Члены МСКК рады укреплению своего бизнеса и гордятся своей новой ролью защитников местных традиций и стражей качества.

Пример 5. «Тропа наследия». Словения

«Доленска/Бела – тропа наследия» в Словении – это первый масштабный туристический проект, цель которого – помочь возро-

даться местной экономике путем умелого использования природного и культурного наследия края. Многие уголки Европы имеют богатое наследие: замки, церкви, исторические поселения, естественные пещеры, ландшафты, музеи и галереи искусств, которые можно использовать в целях туризма. Но трудность состоит в том, чтобы все это приносило пользу населению и экономике региона. Проект был начат в 1995 г. организациями «Экотуризм Лтд.», «ЭКОВАСТ» и «ПРИЗМА». Его финансируют Директорат по вопросам туризма, Европейская комиссия, а также правительства и местные органы управления двух регионов, выбранных для реализации проекта, – Доленьска/Бела в Словении и Добруджа в Болгарии.

Сотрудники проекта определяют «Тропу наследия» как «региональную сеть объектов природного и культурного наследия, которая создается под определенным товарным именем и служит для обеспечения интересного и разнообразного пребывания туристов на срок до одной недели». В каждом из двух регионов работники проекта изучили множество туристических объектов и выделили те, которые могут привлечь туристов. Они работали в тесном сотрудничестве с землевладельцами и местным населением.

Оценка пропускной способности объектов проводилась по двум критериям: физические и социальные возможности. С точки зрения физических возможностей команда проекта (в нее вошли профессиональные архитекторы и планировщики) оценивала способности объекта принимать значительные потоки туристов без опасности для самого объекта и риска для туристов. Оценивалась также пропускная способность подъездных дорог, стоянок и других объектов инфраструктуры. Работники проекта беседовали с владельцами и управляющими культурными объектами для того, чтобы убедиться, что у них есть желание и возможности принимать посетителей. Что касается социальных возможностей, то команда проекта проводила общественные консультации, во время которых информировала местное население о проекте. Людям предложили решить, хотят ли они принимать туристов в своей местности.

Затем в рамках проекта было проведено исследование рынка, чтобы установить целевую группу потенциальных туристов. Было подготовлено предварительное описание «Тропы» для проведения

исследования. Детали проекта согласовали с местными органами управления. Была также оказана помощь в создании Ассоциации «Тропа наследия», которая должна была отвечать за обустройство и маркетинг «Тропы». Сотрудники проекта разработали стандарты и качество обслуживания туристов в гостиницах и на других объектах, где будут принимать гостей. Словенская «Тропа наследия» появилась на рынке в 1996 г. На Международной туристической ярмарке на стенде Совета по туризму Словении были представлены брошюры «Тропы» на словенском, немецком, итальянском, французском и английском языках. Журналисты и туроператоры получили приглашения посетить «Тропу», и интерес к проекту стал неуклонно возрастать. В последующие шесть лет постоянно действовала программа развития маршрута. Вдоль всего пути разместили указательные знаки, наиболее посещаемые места были благоустроены и снабжены пояснительными табличками. Было издано несколько брошюр по тематике маршрута. Люди, которые обеспечивали ночлег, питание и другие услуги на фермах и в деревнях, прошли курсы обучения. Среди материалов проекта есть путеводитель по маршруту с подробным описанием всех возможностей размещения, питания и других удобств для туристов. Успех первой «Тропы наследия» побудил соседний регион Словении, Кочевье, к созданию второй «Тропы». Третья «Тропа» была создана в центре страны. Успех Словении вдохновил жителей Хорватии на создание «Тропы наследия», проходящей через границу.

Пример 6. Водный туризм и защита природного наследия. Швеция. Примером обдуманного управления туристическими ресурсами в гармонии с природой является озерный край Дальсланд-Нордмаркен в шведской провинции Дальсланд.

Эта система озер и рек площадью почти 10 тыс. км² включает в себя обширный орнитологический заповедник. В 70-х годах по решению местной администрации район стал использоваться для отдыха. Тогда были построены кемпинги. Финансирование поступало и от администрации, и от местных властей региона. Большой популярностью здесь пользуется байдарочный туризм. Он обеспечивает около 60 тыс. ночевков для туристов в год. Для его дальнейшего развития было создано объединение муниципалитетов регио-

на – DANO (Дальсланд-Нордмаркен). Большинство туристов-водников приезжают сюда из Дании и Германии. В Швеции существует «право общественного доступа», по которому люди могут свободно передвигаться по заповедникам дикой природы. Около десяти лет назад стало ясно, что наплыв туристов-байдарочников угрожает экосистеме этого озерного региона. В 1994-1995 гг. организация DANO провела подробный учет природных ресурсов региона и ввела в действие программу защиты и поддержки этих ценных природных объектов. Сегодня DANO ищет возможности сократить количество «диких» кемпингов, обращаясь к туристам с просьбой останавливаться только на организованных стоянках, пользоваться оборудованными местами для разжигания костров, емкостями для мусора и туалетами. Эти стоянки оборудованы в местах, представляющих интерес для туристов и одновременно обеспечивающих минимальное нарушение природного равновесия. Для финансирования организованных стоянок был создан фонд защиты природы, в который каждый турист вносит плату в размере 2 евро в день на человека. DANO стремится к разумному балансу между туристическим бизнесом и сохранением природы в регионе. Организация продолжает диалог с землевладельцами. Все они получают компенсацию за использование их земель. Но еще более важна для землевладельцев работа DANO по наблюдению за передвижением посетителей. DANO работает над тем, чтобы правила охраны природы были понятны и доступны каждому, а на туристических маршрутах соблюдались экологические принципы в рамках «права общественного доступа». Предпринимателей просят ставить туристов в известность о том, как следует себя вести, чтобы землевладельцы были довольны. Опыт этой организации подсказывает, что разумный баланс между туризмом и сохранением природы зависит от взаимопонимания между местными заинтересованными лицами. В первую очередь это землевладельцы и представители туристического бизнеса. Важно найти надежные источники финансирования, чтобы работа не зависела от труда добровольцев. Модель специального фонда защиты природы работает, и на сегодня задача состоит в том, чтобы вся деятельность DANO финансировалась из средств этого фонда.

Пример 7. Туры по наблюдению за птицами компании «Финнейчур». Финляндия

«Финнейчур» – это туроператор, который специализируется на посещении мест дикой природы и наблюдении за птицами в Финляндии и прилегающих странах. Компания начала свою деятельность в 1993 г. с организации туров по наблюдению за жизнью птиц в бухте Лиминганлахти в Финляндии. В компании работают более десяти профессионалов высшей квалификации. Они проводят туры, преимущественно для иностранцев, по всей Финляндии, на севере Норвегии и Эстонии. В туры входит, например, наблюдение за жизнью птиц в эстонской бухте Матсалу и на берегах реки Каамасьоки или наблюдение и фотографирование медведей у восточной границы Финляндии. Основная идея компании «Финнейчур» – осознание людьми ценности природы Финляндии и помощь в сохранении природных богатств для будущих поколений. Деятельность компании направлена на бережное отношение к природе. Ее туры дают возможность клиентам насладиться чудесами природы под руководством экспертов. Компания «Финнейчур» имеет обширную сеть тщательно отобранных партнеров – транспортных компаний, гостиниц, ресторанов и т. д., которые обслуживают посетителей и разделяют идеи компании. «Финнейчур» практически не обращается непосредственно к потребителям. Компания в основном работает с иностранными туристическими агентствами, которые специализируются на сельском туризме. У «Финнейчур» есть четко определенная целевая группа клиентов, поэтому продукт компании отвечает их запросам. Компания преимущественно работает с иностранцами (в частности, с англичанами, американцами, японцами, немцами и австрийцами) и с небольшими группами, которые соответствуют возможностям размещения, предлагаемым предприятиями-партнерами компании. Например, в Великобритании их целевая группа – зажиточные пожилые люди, увлеченные птицами и сельским туризмом, т.е. типичному иностранному клиенту около 65 лет, и он принадлежит к верхушке среднего класса. Компания «Финнейчур» оказывает поддержку охране природы через организации WWF и «БердЛайф Фин-ланд». В 2000 г. Финский Союз по охране природы – крупнейшая некоммерческая организация в Финляндии из занимающихся вопросами экологии –

присудила компании «Финнейчур» свой ежегодный приз за вклад в дело охраны природы.

Пример 8. Продвижение отдельной деревни. Деревня Хииппа. Финляндия

Деревня Хииппа в Южной Остроботнии – пример взаимовыгодного сотрудничества между туристическими предприятиями и широким кругом организаций этого сельского сообщества. Она известна как самая длинная деревня в Финляндии, протяженность – 40 км в длину! В ней живут 1100 человек. Одним концом деревня примыкает к национальному парку Лаухавуори, другим – к долине Хииппа, национальному культурному ландшафту. Таким образом, природа – это главное средство привлечения финских и зарубежных туристов в деревню. В 2001 г. был запущен проект «Хииппа для будущего», который финансировала программа «LEADER+». Целью проекта стало представление всех ресурсов деревни как средства привлечения туристов. Для начала в деревне учли все доступные услуги ремесленников, артистов, производителей и перерабатывающих предприятий. Определили возможности по размещению и питанию туристов, культурные объекты, охотничьи тропы, возможности походов на лоно дикой природы, сафари на снегоходах и т. д. Все это описано и систематизировано в брошюре «В деревне Хииппа», где перечислены мероприятия, которые проводятся в деревне в течение года: лыжные гонки по пересеченной местности, бег по грязи, выставки, пленэры художников, церковные службы и марафон. Брошюра издана большим тиражом. Для придания большей известности деревня Хииппа представила собственный стенд на ежегодной продуктовой ярмарке в Кау-хайоки. На стенде была представлена продукция жителей деревни: картофель, приготовленный по особому местному рецепту, экспозиции валяльщика войлока, свечника, музыкантов, маслособойщика и других мастеров. Следующим этапом проекта «Хииппа для будущего» стала разработка различных маршрутов для определенных групп туристов и установка единого телефонного номера, по которому можно заказать все доступные виды обслуживания. Недавно Хииппа была названа деревней года в Южной Остроботнии.

Пример 9. Эко- и агротуристическая ферма в Гизе. Польша

Примером творческого развития туризма на ферме служит хозяйство семьи Маршак в Гизе, на северо-востоке Польши. Ферма площадью около 20 га лежит в живописной местности среди холмов и лесов в районе Мазурских озер. Отсюда легко добраться до мест, подходящих для пешеходов, велосипедных, лодочных и автомобильных прогулок, таких как река Куртиния, Августовский канал, озеро Вигры с его 18 островами, девственные леса Боречка и Роминичка и Балтийское побережье. Семья Маршак предлагает полноценный отдых на ферме. Туристы могут расслабиться в комфортных условиях и экологически чистой обстановке. Им предлагаются различные виды развлечений. Дом построен в местном стиле и имеет комфортабельные комнаты, которые вмещают до 20 гостей. На ферме имеется парк площадью 4 га с двумя озерами и пляжем. В озерах водятся карп, линь, осетр и щука. Гости могут прокатиться на гребной или парусной лодке, надувном плоту. Детям понравится отличная игровая площадка с башней, качелями, песочницей и желобом для катания. Можно поиграть и в «индейской деревне», расположенной рядом с озером и лесом, – там стоят вигвамы на 12 человек (посетители могут ночевать в вигвамах даже в холодные ночи). Неподалеку находятся приспособление для гриля и скамейки, на которых размещаются до 40 гостей. На ферме сами готовят кушанья и для гостей, и для проезжающих туристов. Рыба, разнообразные блюда вегетарианской кухни, овощи, свежие фрукты (яблоки, груши, вишни, сливы, крыжовник и черная смородина), мед, пастеризованные джемы без сахара и сушеные фрукты с фермы семьи Маршак. Гордость владельцев фермы – продукты из непросеянной муки, которую здесь называют «торка». Это рулет с луком, пироги с яблоками и сливами. Из непросеянной муки готовят также восхитительный хлеб, макароны, рулеты с сыром. Недавно на ферме появились ореховая рощица (550 кустов) и земляника с малиной. Семья получила сертификат «Эколэнд» за качество пшеницы и овощей. На ферме заняты два работника на полную ставку, еще несколько работников привлекаются во время туристического сезона. Пан и пани Маршак по образованию преподаватели немецкого языка, но состоялись в качестве фермеров и предпринимателей. Их сын и дочь выросли. Участвуя в семейном бизнесе, они стали отличными гидами-проводниками по району Мазурских

озер, прекрасно говорят по-английски и по-немецки. В их планах – опубликование специального туристического путеводителя по району.

Пример 10. Совместное предприятие и эффект от взаимовыгодного сотрудничества. «Мортеленборен». Голландия

Мортелен – это ландшафтный заповедник, расположенный между тремя городами Эйнховен, Тилбург и Хертоген бош в Нидерландах. Несколько лет назад пять предпринимателей (три фермера, хозяин постоялого двора и мельник, которые жили недалеко от заповедника) организовали совместное предприятие под названием «Мортеленборен». Оно предлагало посетителям пакет туристических услуг, который приносил прибыль всем партнерам. Туристы приезжают к ним на один день и разъезжают от фермы к ферме в крытой повозке. Вот краткое описание программы дня. Посетители начинают маршрут с кафе, где им предлагается кофе и местные деликатесы. Затем посещают водяную мельницу, где мельник рассказывает об истории постройки и показывает свои профессиональные навыки. Его жена печет свежий хлеб, который предлагает попробовать. Затем посещают козью ферму. Гостей проводят по ферме и рассказывают о выращивании коз, об их содержании и ветеринарном обслуживании. Туристы видят различные породы коз и имеют возможность попробовать козье молоко и козий сыр, а также посещают ферму, где крупный рогатый скот и куры находятся на свободном выгуле. Гостям предлагают типичный местный обед, после чего хозяин показывает им ферму и рассказывает о жизни хозяйства. Гид рассказывает об истории прилегающего района, гости посещают небольшую часовню неподалеку от фермы. После этого жена фермера предлагает гостям мороженое домашнего приготовления. По пути назад в повозке гости пробуют особый ликер. Маршрут заканчивают в кафе, где гостям предлагают суп и бутерброды.

Два года назад партнеры выпустили брошюру, в которой описывалось множество специфических местных изделий и видов туристической деятельности. Например, в брошюре были описаны оленеводческая ферма с местом для разведения костра и ночевкой; сыроварня; фермы по выращиванию спаржи, фруктовая, овощная, растительная; садоводческое хозяйство; мороженое домашнего

приготовления; составление букетов из цветов, водяная мельница и местные мясные блюда. Недавно партнеры организовали особый маршрут, по которому туристы переезжают от одного хозяйства к другому на велосипедах. Маршрут пользуется огромным успехом. Между тремя упомянутыми городами расположено несколько ландшафтных заповедников. Правительство планирует объединить их с помощью экологических зон под общим названием – «Зеленый лес». Это будет привлекательный район для туристов и место отдыха для жителей из близлежащих городов. Такое развитие предоставит больше возможностей для местных предпринимателей и фермеров.

Пример 11. Служба организации банкетов «Коскенкорва». Финляндия

Служба организации банкетов «Коскенкорва» – пример предприятия, которое было основано в ответ на появление новых возможностей. В данном случае было найдено подходящее обустройство традиционной усадьбы. Основные средства службы организации банкетов находятся в старой фермерской усадьбе, построенной в 1886 г. в стиле, типичном для Восточной Остроботнии. Паиви Коскенкорва, хозяйка предприятия, начала свой бизнес в 1997 г. вместе со своим мужем Марти. Ее идея была такова: использовать усадьбу для проведения банкетов, семейных вечеринок и других праздничных мероприятий в традиционном стиле, принимая во внимание особенности каждого случая и группы гостей. Меню г-жи Коскенкорва прославилось благодаря традиционной, но характерной кухне: наибольшее значение она придает качеству блюд и использует только финские продукты, которые производит сама или закупает у местных мелких предпринимателей. Питание предоставляется круглый год, но только по предварительному заказу и для организованных групп. Клиенты всегда участвуют в планировании мероприятия. Лето – самый загруженный сезон, когда свадьбы и дни рождения собирают до 230 человек (до 30 человек могут остаться на ночлег). Группы, путешествующие на автобусе и приезжающие на летние фестивали в Южной Остроботнии, могут насладиться приятным обедом с развлекательной программой и даже заночевать в усадьбе. Зимой мероприятия могут собирать до 50 человек. Планировка усадьбы вместе с садами и наружными по-

стройками примечательна сама по себе. Собрания, танцы и представления проводятся в большом амбаре, а хозяева выступают как ведущие игр, развлекают гостей. Гости могут посетить сауну, пройтись к реке и искупаться, прокатиться по окрестностям в тележке, которую везет старенький трактор. Г-жа Коскенкорва задумывается о новых инвестициях для расширения возможностей предоставления ночлега и зимних мероприятий.

Пример 12. Женский кооператив в деревне. Агиос Антониос. Греция

Является примером социального предпринимательства. Деятельность кооператива направлена на улучшение качества местной продукции и повышение квалификации персонала. Агиос Антониос – маленькая деревушка в центральной части Македонии, неподалеку от города Салоники. Деревня расположена в относительно бедном горном районе, в ней постоянно проживают около 600 человек. Женский сельскохозяйственный кооператив в деревне Агиос Антониос был образован летом 1996 г. Цели кооператива – увеличение доходов семей, входящих в него, продвижение на рынке традиционных высококачественных продуктов питания, стимулирование инициатив в сфере сельского туризма. Первый шаг предприняли пять местных жительниц, которые стали участницами семинара «Переработка и стандартизация традиционных продуктов питания», организованного греческим Министерством сельского хозяйства. Они осознали возможности, открывающиеся перед их родной деревней. Многие ее жители являются эмигрантами из черноморских регионов. Они привезли с собой традиционные домашние рецепты. Эти рецепты и послужили основой для вовлечения в предпринимательство тех женщин, у которых была низкая самооценка и отсутствовали личные доходы. С 1997 по 1999 г. женщины приняли участие в пробном проекте. Им пришлось выдержать подозрительное отношение со стороны остальных жителей деревни, в основном мужчин, но они продемонстрировали высокий энтузиазм и стремление к успеху. Женщины пользовались консультациями и поддержкой программы «LEADER» в Восточных Салониках. Настоящий прорыв произошел в 1999 г. Бюро занятости Греции предоставило кооперативу грант в размере 82 тыс. евро на официальное образование кооператива. Члены кооператива знают,

как важно участвовать в туристических ярмарках, сотрудничать со средствами массовой информации. Они готовы поделиться опытом с людьми из других регионов, которые хотят организовать свои собственные кооперативы.

Пример 13. Конный двор. Шцелле. Венгрия

Следующий пример – это семейное предприятие, которое первоначально было не чем иным, как личным увлечением, но со временем превратилось в высококачественный туристический бизнес. Жители Венгрии известны во всем мире как нация всадников. После политических перемен 1990 г. многие предприниматели поняли, как можно использовать навыки верховой езды. В стране существует сеть маршрутов для верховой езды в живописных сельских регионах. Конный двор Шцелле, который сегодня является процветающим туристическим предприятием, появился благодаря давнему увлечению лошадьми Корнеля Шцелле, его жены и двух дочерей. Родители г-на Шцелле были фермерами, поэтому лошадей он любил с детства. Он изучал сельское хозяйство в Университете Шарвас, а затем работал в университете и одновременно разводил кур. В это время он и его жена держали лошадей. Это было хобби семьи. В 1990 г. семья стала разводить лошадей, используя 2 га земли, полученных г-ном Шцелле в наследство. С 1994 г. они открыли платную конюшню и стали давать уроки верховой езды. В 1998 г. решили преобразовать свое хозяйство в туристическое предприятие и основали конный двор Шцелле, который с тех пор успешно работает. Расположен конный двор в живописной части Западной Трансдунайской области. Хозяева построили домик для гостей на 12 человек с шестью комфортабельными спальнями, ванными комнатами и общим залом для приема пищи. Неподалеку расположены две конюшни с 15 лошадьми. Хозяева предлагают уроки верховой езды, поездки верхом и в повозках, конные туры. Большая часть прилегающей местности открыта для поездок, поэтому всадники могут свободно перемещаться. С хозяйством управляются г-н Шцелле, его жена, две дочери и конюх. Мужчины и одна из дочерей работают с лошадьми, г-жа Шцелле и вторая дочка управляют по дому и помогают гостям. Летом большинство гостей – их соотечественники. В другое время приезжают в основном иностранцы из Германии, Австрии и Швейцарии. Г-н

Щелле утверждает, что основными активами его предприятия являются живописная местность, лошади, знание языков и связи, которые он наработал с клиентами, в частности, используя Интернет-технологии. 80% гостей получают информацию через Интернет и заказывают места по электронной почте. Ассоциация конного туризма Венгрии разработала систему квалификации, по которой каждому конному предприятию присваивается от одной до пяти «подков». Среди критериев оценки: условия окружающей среды, содержание лошадей, соответствие выбранному профилю, услуги по верховой езде и профессионализм работников. В 1999 г. конный двор Щелле получил наивысшую квалификацию - пять «подков». Семья Щелле планирует построить еще одну конюшню и домик для гостей, которые остаются на ночь. Старшая дочь изучает сельское хозяйство в университете, а младшая собирается поступать туда после окончания школы. Обе намерены продолжить работу на предприятии родителей.

Пример 14. «Гервиде Гард» использует особенности региона. Остров Готланд. Швеция

Следующий пример дает это семейное фермерское туристическое предприятие, которое использует преимущества островного региона. «Гервиде Гард» – ферма, расположенная в центре шведского острова Готланд. Владельцы фермы содержали дойных коров, но в 1988 г. пошатнувшееся здоровье вынудило фермера подумать об альтернативных способах использования фермы. Семья решила обратиться к сельскому туризму. Сегодня на ферме все еще содержат животных, среди них есть и лошади. Верховая езда – одно из самых востребованных развлечений. Также можно заняться стрельбой по тарелочкам, готландской разновидностью пятиборья, ездой в двуколке, запряженной лошадьми местной породы «русс», эстафетными скачками, метанием топора и ездой на тракторе. На ферме находится единственный на острове музей породы лошадей «русс» – самой высокой в мире, есть ресторан в стиле салунов Дикого Запада, предлагаются питание и ночлег. Хозяева приобрели старую школу, несколько домов по соседству и вместе с другими зданиями превратили их в гостиницы для туристов. Каждую неделю на пике сезона на ферме живут 9 семей. Приезжают сюда и большие группы: рекорд фермы – 2500 человек за один раз. На

территории фермы находятся остатки деревни, относящиеся к железному веку. Потому один из проектов предусматривает постройку точной копии сельского дома времен Железного века. Там можно будет проводить праздничные застолья с историческими блюдами. Когда предприятие только создавалось, было решено, что его отличительной особенностью будет использование уникальной культуры острова Готланд. Единственное маркетинговое мероприятие фермы – домашняя страничка в сети Интернет. Количество работников на ферме варьируется, впрочем, как и их состав. Владельцы привлекают как местных жителей, так и других специалистов. Таким образом, они избегают значительных расходов на заработную плату. В бизнес были вложены сбережения семьи и прибыль от работы фермы. Управление таким предприятием, как ферма «Гервиде Гард», похоже на стиль жизни: общение – это часть предлагаемой туристам программы. Владельцы развивали свое дело шаг за шагом и были уверены в успехе дела. Они удовлетворены масштабом предприятия и не стремятся его увеличить. Их основная идея: сохранить ресурсы и в природе, и в себе самом и, исходя из них, реализовывать свои замыслы.

Пример 15. Саами не только оленеводы, но и предприниматели. Финляндия

Народность саами в северной Финляндии традиционно считается оленеводами. Саами делят год на восемь ярко выраженных сезонов, в отличие от четырех, которые выделяют европейцы. Многие из саами получают значительный доход от туризма, который использует преимущества здешнего климата, дикой природы и удаленности от цивилизации.

Рассмотрим историю одной семейной пары, которая живет возле реки Тено, текущей вдоль границы Финляндии с Норвегией. Большая часть ее ежегодного дохода – около 25 тыс. евро – поступает от проживания туристов в их коттеджах и экскурсионных турах для них. Первые британские рыболовы стали приезжать сюда за лососем в начале 50-х годов прошлого века. В это время семья построила свой первый коттедж для гостей и с тех пор постоянно принимала туристов. Гости из разных стран обычно останавливались здесь на одну-две недели, большинство из них стали приезжать сюда каждый год. Бизнес этой семьи – сезонный. «Зимней

весной» (апрель - май) они собирают северных оленей для метки. Весной приглашают к себе и сопровождают в горы людей, которые наблюдают за птицами. Муж также готовит лодки к сезону ловли лосося, который начинается с середины июня и заканчивается в середине августа. В насыщенные летние месяцы они принимают и кормят рыбаков, которых муж возит на рыбалку с раннего утра и до поздней ночи. Они также принимают случайных туристов, путешествующих по реке Тено, на ночлег. В сентябре и октябре к ним приезжают охотники, желающие пострелять перепелов и потренировать своих собак в охоте на птиц. В это же время любители природы приезжают сюда насладиться яркими красками осени. Кроме того, осенью дополнительный доход фермерам приносит сбор ягод, вернее, любители ягод, которых предприниматель возит в горы, тундру или на берега Тено. В ноябре и декабре предприниматели организуют катания на снегоходах, оленьих упряжках и лыжах. Тогда же они пригоняют с гор оленей, чтобы отсортировать их для дальнейшего размножения или пустить на мясо. Январь и февраль – слишком холодное время для туристов, поэтому предприниматель вынужден искать другой источник дохода. Он часто подрабатывает плотником в строительных проектах в Лапландии, Норвегии, Швеции, России или Германии. В марте и апреле туризм снова возвращается в их северные горы, и предприниматель прокладывает лыжню для снегоходов, саней или лыж, сопровождая туда своих постояльцев. Это подробное описание показывает, как меняется деятельность человека с приходом нового сезона и как она зависит от тяжелого труда, фантазии и искусства подстроиться под различные природные условия. Эти умения и мастерство имеют глубокие корни в традициях народа саами. Можно сказать, что этот бизнес основан на личном самоопределении человека. Многие из саами хотели бы вести привычный образ жизни, содержать оленей, но такая традиционная жизнь находится под угрозой из-за увеличения количества оленей и роста расходов на их содержание. Поэтому они согласились на нововведения – снегоходы и вертолеты, чтобы как-то поддерживать оленеводство и разнообразить его туристической деятельностью. Они хотят заниматься этим, не теряя своих культурных традиций.

Пример 17. *Рок-вечера в городе Халтсфред. Швеция*

Примером успешной инновации в области сельского туризма являются «Рок-вечера», которые проходят в шведском сельском поселении Халтсфреде. Этот ежегодный фестиваль рок-музыки каждое лето привлекает до 250 тыс. человек. «Рок-вечера» приносят значительный доход местному населению. Местные жители, в данном случае группа подростков, проявили инициативу и вовлекли в создание основной местной достопримечательности все сообщество. Инициатива появилась в 1981 г., когда группа подростков, недовольная отсутствием мест для времяпрепровождения в маленьком поселении Халтсфреде, решила организовать рок-концерт. На него пришли около 1600 человек, и это побудило молодых людей продолжать начатое дело. Вскоре фестиваль стал крупнейшим в Швеции.

«Рок-вечера» стали крупным бизнесом. Фестиваль дает рабочие места для 12 человек в течение всего года, а в период до концертной недели и во время проведения «Рок-вечеров» их обслуживают почти 5 тыс. волонтеров. Крупное здание фестиваля в центре небольшого поселения стало основным образовательным и развивающим центром музыкальной индустрии. В течение четырех лет после первого концерта члены инициативы организовывали различные музыкальные мероприятия. В 1986 г. они устроили свой первый рок-фестиваль. На следующий год им не удалось его организовать, но затем последовал взрыв интереса к нему, поскольку в Швеции тогда не было музыкальных фестивалей такого рода. Вначале муниципалитет скептически отнесся к фестивалю, однако затем местные власти стали серьезно его поддерживать. Это помогло музыкантам «Рок-вечеров» накопить средства для дальнейших инвестиций. Организация фестиваля всегда опиралась на волонтерский труд. В таком маленьком поселении, как Халтсфред с населением в 3400 человек, было легко создать ощущение среди местных жителей, что это «их» фестиваль. Сегодня те, кто работал в качестве волонтеров на первых концертах, уже имеют детей, которые также принимают участие в этой работе. В 1991 г. «Рок-вечера» решили построить собственный концертный зал, в основном за счет труда волонтеров. В здании сегодня есть ресторан, офисы и студии. Их занимают шесть компаний «Рок-вечеров», которые все вместе имеют годовой оборот в 6 млн евро. Там же расположены

другие компании, которые выросли из деятельности вокруг «Рок-вечеров». «Рок-вечера» принимают участие в проведении различных образовательных программ, таких, как трехлетний курс по музыкальному менеджменту совместно с университетом Кальмара; курсы для продюсеров совместно с Народной высшей школой и организацией, проводящей учебные кружки; курсы по развитию цифровых информационных ресурсов. Члены инициативы иногда преподают в Халтсфредской средней школе. Организация стремится подтолкнуть молодежь региона к творчеству и поиску осмысленной деятельности. «Рок-вечера» подчеркивают: важно, чтобы люди не забывали о своих корнях. Несмотря на то, что у них уже существует оплачиваемый персонал и несколько собственных компаний, организация есть и останется неприбыльной группой, основной на волонтерском труде.

Пример 18. Организация сельского туризма в Ленинградской области

Какими средствами и способами удовлетворяется спрос на сельский отдых в Ленинградской области? По состоянию на конец 2009 г., с разной степенью регулярности работают около 100 сельских домов, принимающих туристов. Жители более 1000 сел имеют желание начать деятельность по приему туристов в своих сельских домах. Проведенный анализ сферы туризма Ленинградской области, а также накопленный опыт других регионов Российской Федерации показывают, что данный регион или отдельные его районы обладают на данном этапе возможностями для функционирования модели сельского туризма «Малое семейное хозяйство» (западно-европейская модель). Схема функционирования данной модели представлена на рисунке. Реализация модели «Малое семейное хозяйство» требует создания сетей средств размещения на базе существующего в сельской местности жилого фонда (частные сельские дома, фермерские хозяйства, конюшни, пасеки и т.п.). Средства размещения должны быть классифицированы по уровню комфортности и сведены в единую информационную базу данных; обеспечены обученным персоналом, осуществляющим обслуживание по единым стандартам. Известен мировой опыт, когда в рамках международных программ ЕС по развитию сельского туризма (например, «Леонардо да Винчи») на международном уровне разрабаты-

ваются соответствующие нормативы для стран-членов ЕС, которые должны стать ориентирами при создании национальных систем качества в секторе сельского туризма. Второй возможной моделью функционирования сельского туризма в регионе, по мнению автора, может быть «Национальная деревня» (азиатская модель). Реализация данной модели в форме стилизованных под национальную специфику «агротуристических деревень», «рыбачьих деревень», культурно-этнографических центров и т. п. требует, прежде всего, инвестиционных ресурсов (местных и внешних), а также поддержки соответствующих проектов на уровне региона. Например, в Северо-Западном регионе в рамках проекта «Серебряное кольцо России» планируется построить сеть «национальных» или «VIP-деревень», подобно «Шуваловке». Для успешной реализации моделей сельского туризма необходимо сформулировать стратегические направления развития и реализации сельского туризма в регионе, которые должны заключаться в создании новой и улучшении существующей инфраструктуры, продвижении сельского туризма, стимулировании людей к путешествиям в своих регионах.



Рис. 1. Схема функционирования модели сельского туризма «малое семейное хозяйство»

Гатчинский район обладает высоким потенциалом в сфере развития въездного, внутреннего сельского туризма. С точки зрения привлекательности размещения для туристов этот район имеет особые преимущества – замечательное географическое положение в Ленинградской области: во-первых, граничит с культурно-историческим мегаполисом – Санкт-Петербургом; во-вторых, практически в центре района находится другой знаменитый город – Гатчина, в котором наряду с многочисленными памятными местами расположен дворец – бывшая резиденция русских царей, а также великолепный парковый ансамбль; в-третьих, рядом расположены районы: Волосовский (Музей-усадьба Н.К. Рериха), Ломоносовский (усадьба Ломоносова), Тосненский (Охотничий дворец), Лужский (природный комплекс «Северный Крым»). Правительством Ленинградской области рассматривается возможность создания в Гатчинском районе регионально-исторического парка «Верхний Оредеж» – особо охраняемой природной территории, открытой для посещения туристами. В регион входят 4 памятника природы (в том числе, находящийся в Красной Книге Скандинавии, «Белогорские Девоны»), 3 природных заказника, 12 усадебно-парковых комплексов, 14 храмов и часовен, 7 памятников архитектуры. Наряду с достаточно развитой транспортной инфраструктурой парка сохранена удивительная природа: бассейн верхнего течения реки Оредеж с его знаменитыми красными высокими берегами (река интенсивно используется в летний период по программам водного туризма) и так называемая «таежная зона», в которой привлекательна возможность охоты на кабана, медведя, рысь, лося. Любители рыбной ловли особенно ценят верховья реки, в которой водится крупная форель (до 8 кг), в проточных озерах – щука, окунь, лещ, жерех и другие породы рыб. В июле 2006 г. студенты Российского гидрометеорологического университета провели опрос у местного населения Гатчинского района (в районах Даймише, Батово, Сиверская, Рождествено, Выра) на тему: «Согласны ли вы принимать участие в развитии сельского культурно-познавательного туризма?».

По итогам опроса в данных районах местное население одобрило развитие сельского туризма и готово оказать помощь. Гатчинский район имеет достаточно большой туристско-рекреационный потенциал, кроме того, существуют предпосылки для его развития:

природные возможности области, расположенной на границе смешанных лесов и южной тайги, и уникальная водная система; культурно-историческое наследие; этнографико-культурный потенциал, включающий в себя народно-художественные промыслы и ремесла.

Пример 19. *Опыт развития сельского туризма в Переславском муниципальном округе Ярославской области*

Переславский муниципальный округ, расположенный на юге Ярославской области, с 1997 г. для ряда российских и международных организаций и фондов выступает модельным районом по проведению проектов в области устойчивого развития сельских территорий. Одним из таких проектов является сельский туризм. Это обусловлено уникальным сочетанием природных, социальных и экономических факторов, способствующих, с одной стороны, высокому потенциалу для развития сельского туризма и, с другой стороны, репрезентативности возникающих проблем. В рамках проектов программы «ТРАНСФОРМ» была разработана Программа развития сельского туризма, ставшая составной частью Стратегии перехода к устойчивому развитию Переславского муниципального округа. В рамках данной программы по методике SWOT-анализа была проведена полная инвентаризация территории округа, существующих и потенциальных «точек роста» сельского туризма в разрезе сельских администраций. На основе проделанной работы была разработана концепция Программы и сформулированы следующие общие задачи: принятие туристской программы в органах местного самоуправления; усиление ответственных за туризм органов с помощью предоставления соответствующих ресурсов (персонал, финансовые средства); инициирование участия предприятий туристической сферы и прочих заинтересованных лиц во внедрении (совет по туризму, связь с общественностью); разработка маркетинговой стратегии (маркетинговые материалы, включая Web-Site); учреждение и создание информационного бюро для туристов. Также были выделены задачи муниципального и регионального уровней ответственности.

Для реализации Программы развития сельского туризма был использован следующий набор инструментов: территориальное планирование; нормирование туристской емкости; совершенство-

вание системы природопользования и управления качеством туристского продукта; Револьверный фонд поддержки малого и среднего бизнеса муниципального округа; Центр коммуникаций, информации и развития; мониторинг.

Данные SWOT-анализа были квантифицированы с помощью методик, разработанных специалистами АНО «Центр устойчивого развития сельской местности» (см. таблицу). Это было сделано с целью выявления портфеля приоритетных проектов для финансирования. За истекший период разработана и реализуется Программа развития сельского туризма. В ее рамках создана геоинформационная территориальная система Переславского муниципального округа, на основе которой разработан и издан целый ряд картографических и маркетинговых материалов по сельскому туризму, оказано техническое и финансовое содействие десяткам предпринимателей в области сельского туризма, организованы выставки и презентации, а также создано частное туристическое бюро и др. В работе по развитию сельского туризма в Переславском муниципальном округе Ярославской области большую роль сыграли Центр коммуникаций, информации и развития, Револьверный фонд микрокредитования малого бизнеса, а также широкое участие представителей населения в рабочих группах.

Пример квантификации данных SWOT-анализа для агротуристских проектов

Категория рекреантов	Отдых		Охота, рыбная ловля		
	важность, <i>a</i>	средняя оценка, <i>X</i>	Критерии привлекательности	важность, <i>a</i>	средняя оценка, <i>X</i>
1	2	3	4	5	6
Доступность рекреационной территории	3	3	Доступность рекреационной территории	1	3
Возможность размещения	3	2	Возможность размещения	2	2

Продолжение таблицы

1	2	3	4	5	6
Наличие мест общественного питания	3	2	Наличие мест общественного питания	0	2
Сервис	3	1	Сервис	1	1
Инфраструктура развлечений	2	1	Инфраструктура развлечений	1	1
Уникальные природные и историко-культурные объекты	3	3	Уникальные природные и историко-культурные объекты	2	3
Экологический фактор	3	2	Экологический фактор	3	2
Водные объекты	3	3	Водные объекты	3	3
Религиозные святыни	2	3	Религиозные святыни	1	3
Цены	2	1	Цены	2	1
Конкуренция со стороны др. МО Ярославской области	3	-3	Конкуренция со стороны др. МО Ярославской области	2	-3

Пример 20. О развитии сельского туризма в Калужской области

Работа по выявлению ресурсов частных гостевых домов в национальном парке «Угра» Калужской области началась в 2001 г. в рамках Программы устойчивого жизнеобеспечения населения (УЖН), разрабатывавшейся при содействии Центра охраны дикой природы (ЦОДП). Модельной территорией был выбран Юхновский район Калужской области как наибольший по площади и агротуристическому потенциалу в границах парка. В ходе работы было осуществлено социологическое обследование 10 сельских администраций района (30 деревень) с анкетированием потенциальных хозяев гостевых домов и определением категоричности этих домов. В итоге было выявлено 20 домов (ориентировочно на 60 мест), хозяева которых изъявили желание принимать посетителей парка. Одновременно была проведена работа с калужскими турфирмами

по продвижению данного продукта на рынок услуг, изданы буклет-справочник и методические рекомендации, разъясняющие организационно-правовые формы деятельности, налоговые льготы по приему и обслуживанию посетителей, а также виды их возможного страхования. В 2002 г. подобные исследования были продолжены в Козельском районе на Жиздринском участке парка, где было отобрано 18 домов, пригодных для сельского туризма. В том же году специалисты парка приняли участие в проекте РОЛЛ «Музей. Деревня. Развитие», обобщившем опыт развития зеленого сельского туризма в различных регионах России, в том числе в НП «Угра». В 2003 г. еще в двух районах на территории парка (Дзержинском и Перемышльском) по Программе развития туризма в Калужской области было зарегистрировано дополнительно 25 гостевых домов. Таким образом, общий потенциал частных хозяйств, готовых принимать и обслуживать посетителей парка, составил внушительную цифру — 63 дома. Хозяевам этих домов была предложена льготная система микрокредитования, действующая в рамках программы УЖН — ЦОДП на территории национального парка с 2000 г. и нацеленная на поддержку местного предпринимательства в сфере туризма и сельского хозяйства. Однако, несмотря на, казалось бы, благоприятную почву для развития сельского туризма и выявленный потенциал гостевых домов, это направление в национальном парке до сих пор развивается слабо. На первом этапе лишь 10 хозяев предприняли попытки улучшить свои жилищные условия для размещения посетителей. Работа, проведенная с 16 турфирмами г. Калуги, также не дала ожидаемого результата: агентское соглашение, подписанное с одной из них, в итоге было расторгнуто по причине бездействия фирмы. Сегодня в базе данных НП «Угра» числятся всего 11 домов в Юхновском, Дзержинском и Перемышльском районах, работающих по приему более или менее стабильно. Ежегодная посещаемость лучших домов не превышает 30-40 человек, к настоящему времени по линии гостевого туризма в парке было принято не более 250 человек.

Основные причины, тормозящие развитие сельского туризма в сети гостевых домов в НП «Угра», в большинстве своем объясняются внутренними и внешними обстоятельствами: слабой предпринимательской активностью местных жителей, специфичностью менталитета и, ввиду этого, неготовностью к собственному бизнесу

вообще и в данной сфере, в частности; низким спросом на гостевые дома из-за некомфортного уровня жилья и узкого спектра предлагаемых услуг, и, как следствие, — невысокой стартовой рентабельностью гостевого бизнеса для хозяев домов (для большинства сельских семей более выгодным пока оказывается «отхожий промысел», традиционно связанный с вахтовой или сезонной работой в крупных городских центрах региона и в городе Москве); отсутствием, с одной стороны, лидеров и заинтересованных сторон на местах (в том числе в муниципальных органах власти), с другой — координации приема и размещения посетителей гостевых домов через турфирмы и другие агентства; слабым продвижением данного турпродукта на рынок услуг: отсутствием буклетов, путеводителей-справочников, специальной рекламы в Интернете и т.д., общих налоговых льгот для данного бизнеса; неудобством получения микрокредитов от НП «Угра» для повышения комфортности жилья из-за необходимости регистрации заявителя в качестве юридического лица (требование Фонда поддержки малого предпринимательства, через который осуществляется это кредитование). С учетом специфики гостевого туризма в границах особо охраняемой природной территории можно сделать еще одно важное дополнение. Практика показала, что спрос на гостевые дома тесно связан не столько с возможностью проживания в деревне и «на природе», сколько с желанием, с одной стороны, некоего уединения, с другой — посещения интересных мест с использованием той или иной экскурсионной программы. В этом отношении мало привлекательными для размещения оказываются дома, расположенные в крупных населенных пунктах или вблизи от оживленных автотрасс (из обследованных домов в НП «Угра» примерно треть, к сожалению, находится в таких невыгодных условиях). Исключение составляют лишь те категории туристов, для которых главной целью являются, например, паломничество (посещение монастырей или иных культовых мест), спортивная рыбалка на реках и озерах. Поэтому в своей дальнейшей работе национальный парк ориентируется на прогнозную оценку спроса на гостевые дома в зависимости от их местоположения и наличия привлекательных объектов. Последние, как правило, связаны с природными и историко-культурными достопримечательностями территории. Поэтому в практике парка в настоящее время решается задача разработки специальных экскур-

сионных программ для каждого гостевого дома с подготовкой соответствующих буклетов-листовок. Не менее важной представляется задача обучения владельцев гостевых домов основам краеведения и экскурсионного дела. Примерами удачной связки места проживания и объектов экскурсионного осмотра являются два гостевых дома на реке Угре. Первый расположен на берегу реки, вдали от населенных пунктов (бывшая д. Русиново, хозяин В.Ф. Оранский). Помимо уединения и прекрасного природного окружения это место предоставляет возможность знакомства с жизнью леса (колонии крупных муравейников) и историей военных событий 1941-1943 гг., когда по Угре проходила линия фронта. По соседству оборудована военно-мемориальная тропа «Русиновский берег», где восстановлены оборонительные сооружения этого времени. Второй дом (хозяин С.А. Ключников) расположен в с. Звизжи, рядом с которым находится д. Никола-Ленивец с редкостным ландшафтом речной долины и древним городищем, основанным племенами восточных балтов. В последние годы это место становится все более популярным по причине демонстрации необычных архитектурных проектов московских художников и проведения зимних фольклорных праздников.

Литература

1. Агроэкотуризм в Республике Беларусь - состояние и перспективы развития: материалы первой спец. конф., Минск, 20 фев. 2008 г. / ОАО "Белагропромбанк". - Минск, 2009. - 18 с.
2. Баканова, А.А. Формирование и реализация системы развития сельского туризма в регионе: автореф. дис.... канд. экон. наук: 08.00.10 / А.А. Баканова; Балт. междунар. ин-т туризма. - Санкт-Петербург, 2009. - 24 с.
3. Войтехович, Э.А. Сельскому туризму широкий простор / Э.А. Войтехович, А.Р. Войтехович. - 2010. - 24 с.
4. Гайдукевич, Л.М. Сельский туризм: международный опыт и перспективы развития / Л.М. Гайдукевич // Системная трансформация общества: исторический опыт, современность и перспективы: сборник научных трудов кафедры социально-гуманитарных наук / ред. совет: Я.С. Яскевич [и др.]. - Вып. IV. - Брест: Изд-во БРГТУ, 2009. - С. 209-214.
5. Дурович, А.П. Маркетинг в туризме: учебное пособие / А.П. Дурович. - 7-е изд., стер. - Минск: Новое знание, 2007. - 496 с.
6. Дурович, А.П. Организация туризма: учеб. пособие / А.П. Дуровича, Г.А. Бондаренко, Т.М. Сергеева [и др.]; под общ. ред. А.П. Дуровича. - 2-е изд., испр. - Минск: Новое издание, 2005. - 640 с.
7. Пашенцев, В.В. Основы концепции развития экологагротуризма в российской провинции / В.В. Пашенцев, А.Л. Куликов // Туризм: право и экономика, 2009. - № 3. - С. 15-24.
8. Развитие устойчивого сельского туризма / сост. Л. Калитеня; пер. с англ. Ю. Полякова. - Минск: Юнипак, 2007. - 140 с.
9. Гостевые дома Поугорья (методические рекомендации). - Калуга: НП «Угра»; ЦОДП, 2001.
10. Зеленый сельский туризм в российских регионах. Ч. 1: Опыт проектов. - Тула: АМР, 2002.
11. ГОСТ 28681.0-90. «Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения».
12. ГОСТ Р 50460-92 «Знак соответствия при обязательной сертификации. Формы, размеры и технические требования».
13. ГОСТ Р 50681-91 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг».
14. Гуляев, В.К. Контракты, договоры, соглашения в туристской деятельности. - М.: «Нопидж», 1998.
15. Гуляев, В.К. Организация туристской деятельности. - М.: «Нопидж», 1996.
16. Детишкевич, Г.М., Карпова, И.М., Животова, Ж.В. Организация сельского туризма на базе крестьянского (фермерского) и личного подсобного хозяйства (Методические рекомендации). - М.: ФГУ РУСК, 2008. - 64 с.
17. Дехтярь, Г.Н. Лицензирование и сертификация в туризме. - М., 2004.
18. Дурович, А.П., Кабушкин, Н.И. Организация туризма: Учеб. пособие. - М., 2003.
19. Ефремова, Н.В. Основы технологии турбизнеса. - М.: «Ось-89», 1999.
20. Зорин, Г.И. и др. Основы туристской деятельности. - М.: Советский спорт, 2000.
21. Каневский, И.Н. Роль государства в развитии туризма // Пять звезд. - 1998. - № 1. - С. 30-32.
22. Положение о лицензировании деятельности по продаже прав на клубный отдых (Утв. постановлением Российской Федерации от 10.10.2002 г. № 753) // Турбизнес. - 2003. - № 2.

ЛАНДШАФТНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЗОН ОТДЫХА в крестьянских (фермерских) и личных подсобных хозяйствах

(Рекомендации по организации
зон отдыха в крестьянских (фермерских)
и личных подсобных хозяйствах)

Работа над проектом включает в себя несколько этапов.

1. Подготовительный – изучение территории и проработка литературы (работа с литературой сопутствует процессу проектирования на всех этапах).
2. Решение планировочной структуры.
3. Композиционное и пространственное решение пейзажей. Итоговый материал по п. 2 и 3 – генплан.
4. Подбор ассортимента древесно-кустарниковых и травянистых растений. Итоговый материал – дендроплан.
5. Составление фрагментов и схемы построения пейзажей.
6. Расчеты.
7. Составление пояснительной записки.

Составление генплана, дендроплана, фрагментов, схем и пояснительной записки приведены в разделе «Оформление».

Приведенные этапы определяют структуру хода проектирования лишь в общем виде, ибо в таком сложном творческом процессе, каким является создание парка, трудно провести границу между видами работ, а тем более однозначно ответить на все поставленные вопросы. Отсюда возможно, а часто и неизбежно, параллельное рассмотрение поставленных в проекте задач. Вместе с этим указанные этапы являются канвой, определяющей последовательность изложения материала данного раздела.

1. Анализ территории и проработка литературы

Ознакомившись с заданием, необходимо изучить ситуационный план, чтобы реально представить себе местность и ее окружение, выявить достоинства и недостатки участка, его потенциальные возможности, которые надо использовать при проектировании.

По литературным данным необходимо собрать сведения о природных условиях объекта для того, чтобы определить соотношение открытых и закрытых пространств, ассортимент растений и характер их размещения, т.е. для формирования благоприятной микроклиматической среды. Таким образом, ситуационный план обогащается информацией, полученной в процессе изучения объекта (рис. 1).

23. Положение о лицензировании турагентской деятельности (Утв. постановлением Правительства Российской Федерации от 11.02.2002 г. № 95) // Турбизнес. – 2002. – № 3. – С. 16.

24. Положение о лицензировании туроператорской деятельности (Утв. постановлением Правительства Российской Федерации от 11.02.2002 г.) // Турбизнес. – 2002. – № 3. – С. 17.

25. Чудновский, А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство. – М.: ЮРГКНИГА, 2003.

26. Management: the Case of Coastal Zone Management in the Puttalam District, Foell J., Harrison E. and Stirrat, R.L. (2000).

27. Tourist Development by Douglas Pearce (1989, Longman Scientific & Technical, 2nd Edition) - Boo, E (1990) Ecotourism: the potentialis and the pitfalls, Vol. I. World Wildlife Fund, Washington, DC.

28. Burkhart, A.J. and Medlik, S. (1987), Tourism: Past, present and future. Heinemann, London.

29. Butler R. and Walbrook L. (1991), A new planning tool: the tourism opportunity spectrum. Journal of Tourism Studies.

30. Cohen, E. (1972), Toward a sociology of tourism, Social Research 39 (1).

31. Cook, S. D., Stewart, E. Repass, K. (1992), Tourism and the environment, Travel Industry Association of America, Washington, DC.

32. ECOVAST (1997). Manual on Heritage Trails Available (price J10 or 15 Euro) from ECOVAST, c/o CCRU, Cheltenham and Gloucester College, Swindon Road, Cheltenham CL50 4AZ, England. (Tel +44 1242 544031, Fax +44 1242 543273, E-mail mdower@chelt.ac.uk).

33. English Tourist Board (1991), Tourism and the Environment, maintaining the balance ETB, London.

34. English Tourist Board et al (no date given), The Green Light: a guide to sustainable tourism, ETB, London.

35. European Commission (1987), The Future of Rural Society, EC, Brussels.

36. European Commission (1995), The Cork Declaration on Rural Policy, EC, Brussels.

37. European Communities (1986), Community Action in the Field of Tourism, supplement 4/86. EC, Brussels.

38. Federation of Nature and National Parks of Europe (1993), Loving them to death? Sustainable tourism in Europe's Nature and National Parks, FNNPE, Grafenau, Germany.

39. Fennell, DA. (1999), Ecotourism: an introduction, Routledge, London.

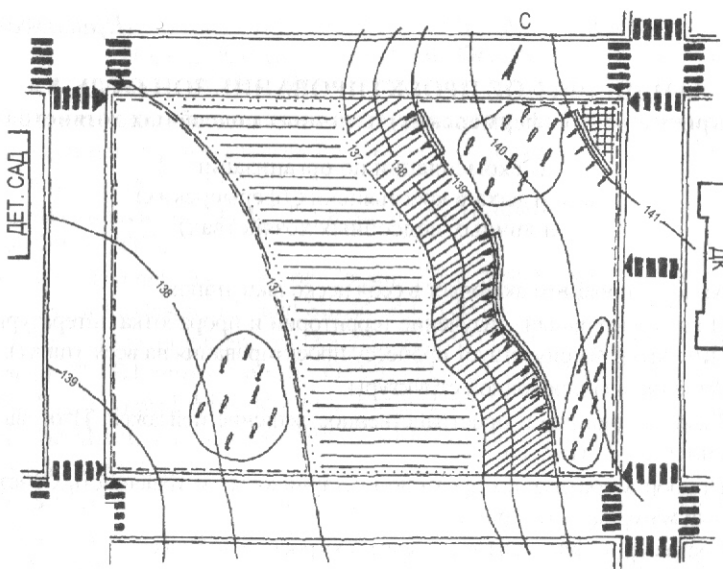


Рис. 1. Анализ ситуационного плана

- участки с насаждениями;
- участки пологого рельефа;
- участок понижения, пригодный для устройства водоема;
- участок склона;
- участки формирования видовых точек;
- самый высокий участок;
- обязательные входы

По литературе изучаются также соотношения площадей функциональных зон, их назначение и емкость, основные приемы планировки и садово-парковых композиций, способы защиты парка и его участков от неблагоприятного воздействия городской среды.

2. Решение планировочной структуры и композиции пейзажей

На основе этих данных ведется проектирование, включающее в себя поиск объемно-пространственного решения, определение планировочных узлов, трассировку дорог, размещение площадок, композицию пейзажей. Процесс проектирования заключается в составлении эскизов планировки с различной степенью их проработанности на каждом этапе. Учитывая отсутствие предварительных упражнений, а соответственно, и навыков в проектировании, которые позволили бы свободно решать поставленную задачу, рекомендуется следующая последовательность выполнения работ.

Первый этап эскиза. Опираясь на имеющиеся данные о характере окружения, интенсивности транспортного движения, наличии насаждений, особенностях рельефа и др., можно в общих чертах (контурами) наметить и места размещения функциональных зон и основные входы. Для садов в жилой застройке принимается следующее соотношение площадей функциональных зон: зона тихого отдыха – не менее 50 %, спортивная – 20-30, детская – 10-20, хозяйственная – 1-2 %. Учитывая назначение проекта, под зону тихого отдыха рекомендуется отводить не менее 70 % как территории, наиболее подходящей для формирования пейзажных картин.

Спортивную зону следует размещать на участке с наиболее выровненным рельефом, чтобы свести к минимуму объем земляных работ при планировке поверхности участка и строительстве площадок. Детскую зону надо размещать вблизи жилых зданий или соседних учреждений детского отдыха (если они есть), недалеко от входа. Под зону тихого отдыха отводятся участки, наиболее перспективные в ландшафтно-эстетическом отношении – живописные формы рельефа, понижения, пригодные для устройства водоемов, существующие ценные насаждения и др. Хозяйственная зона размещается на границе участка и примыкает к улице с целью обеспечения наиболее удобного к ней подъезда и визуальной изоляции от других зон. Детскую, спортивную и хозяйственную зоны рекомендуется размещать таким образом, чтобы не дробить площадь зоны тихого отдыха и сохранить ее целостность. Это позволит более свободно формировать парковые композиции. Входы должны быть приурочены к функциональным зонам, местам примыкания пешеходных переходов, а также общественных и административных зданий, торговых центров и др. Далее намечаются основные контуры насаждений, на данном этапе в первую очередь определяются места насаждений, выполняющих защитную и изолирующую роль. Это – полоса по внешним границам участка (шириной 10-20 м и более, но не менее 5 м), а также массивы вокруг детской, спортивной и хозяйственной зон, изолирующие их от зоны тихого отдыха.

По климатическим данным следует определить направление неблагоприятных ветров и наметить места защитных насаждений.

Таким образом, прокладке дорожно-тропиночной сети предшествует

решение планировочных задач более общего порядка – функциональное зонирование и размещение насаждений. Иногда целесообразно на первом этапе хозяйственную зону не размещать, а предусмотреть ее на втором и даже третьем этапах, когда определится наиболее подходящее место. Если на территории объекта имеются уже сложившиеся дороги или пути движения людей, то их надо учесть на данном этапе.

В обобщенном виде эскиз данного этапа представлен на рис. 2.

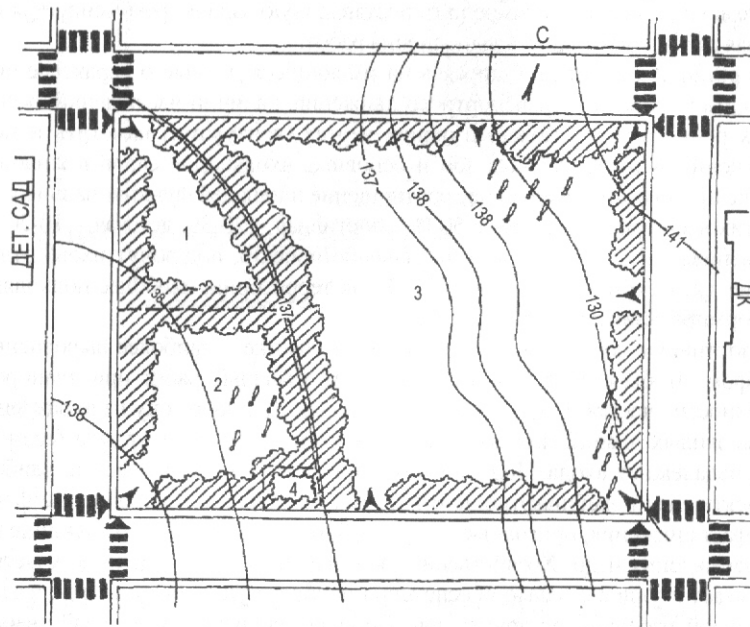


Рис. 2. Первый этап эскиза

- ▲ – основные входы;
- - - – примерные границы функциональных зон: 1 – детская; 2 – спортивная; 3 – тихого отдыха; 4 – хозяйственная;
- – защитные насаждения.

Второй этап эскиза. Формирование объемно-пространственной структуры объекта и его композиционных узлов приведено на рис. 3.

Под объемно-пространственной структурой понимается соотношение открытых и закрытых пространств, их пространственная и визуальная взаимосвязь.

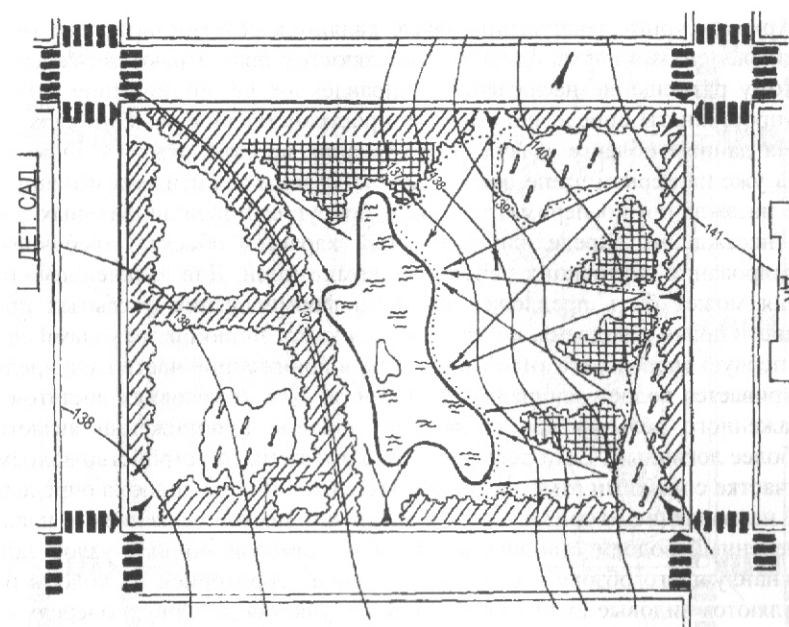


Рис. 3. Второй этап эскиза

- – водоем;
- – видовые точки;
- – существующие насаждения, включенные в объемно-пространственную структуру сада;
- – проектируемые насаждения, направляющие видовые лучи и формирующие пространство сада;
- – контур поляны, включающий пространства видовых лучей и часть насаждений

Открытые пространства в садах и парках представлены полянами, лужайками, партерами, цветниками, площадками. Обычно они являются планировочными узлами объекта. Закрытые – древесно-кустарниковыми насаждениями. Древесные насаждения формируют пространство сада, они являются объемами, вертикали и стены которых ограничивают открытые пространства, определяют размеры и конфигурацию полей, формируя их в виде замкнутых «залов» или обширных раскрытых лугов, направляют видовые лучи, являются составной частью пейзажных картин.

Архитектурные сооружения также являются объемно-пространственными элементами парка, однако определяющую роль играют насаждения, поэтому размещение насаждений, направленное на организацию открытых пространств, определяет объемно-пространственное решение сада.

На данном объекте задача формирования пространства частично решена уже на первом этапе, когда были намечены защитные и изолирующие насаждения по периметру сада и вокруг его функциональных зон. Эти насаждения определили замкнутый характер объекта, требующий формирования внутренних пейзажных композиций. Для дальнейшего решения может быть предложен принцип формирования открытых пространств полей и водоема, которые являются композиционными узлами сада и, в первую очередь, его тихой зоны. Так, в пониженной части сада предусматривается водоем площадью 0,3-0,5 до 1 га. В условиях достаточно выраженного рельефа проектирование водоема в понижении является наиболее логичным. Если рельеф не ярко выражен, то устройство водоема на участке с низкими отметками необязательно. Форма водоема определяется направлением горизонталей, а также его местоположением в плане. Намеченный водоем становится одним из композиционных узлов сада. Для наилучшего обзора и связи с остальной территорией на водоем направляются видовые лучи из разных точек участка (в первую очередь – с наиболее высоких), их горизонтальный угол обзора составляет 20-60°. Эти лучи являются открытыми пространствами, ориентированными на водоем, их линии ограничены стеной насаждений. Участки между лучами заштриховываются – это объемы древесных массивов и групп, формирующие пространство у водоема (см. рис. 3).

Второй композиционный узел – поляна. Она предусматривается либо у водоема, либо изолированно от него как самостоятельный композиционный узел. В первом случае включается в контур видовых лучей и имеет сложную конфигурацию и сильно изрезанную линию опушки (см. рис. 3). Во втором случае она может иметь более компактную форму.

При проектировании контуров открытых пространств следует иметь в виду, что насаждения, предусмотренные для защиты и изоляции детской, спортивной и хозяйственной зон с территории тихой зоны воспринимаются объемно как древесно-кустарниковые массивы, включенные в объемно-пространственную структуру сада.

Третий этап эскиза. Когда в общих чертах сложилось объемно-пространственное решение, то можно приступить к проектированию основных дорог (рис. 4).

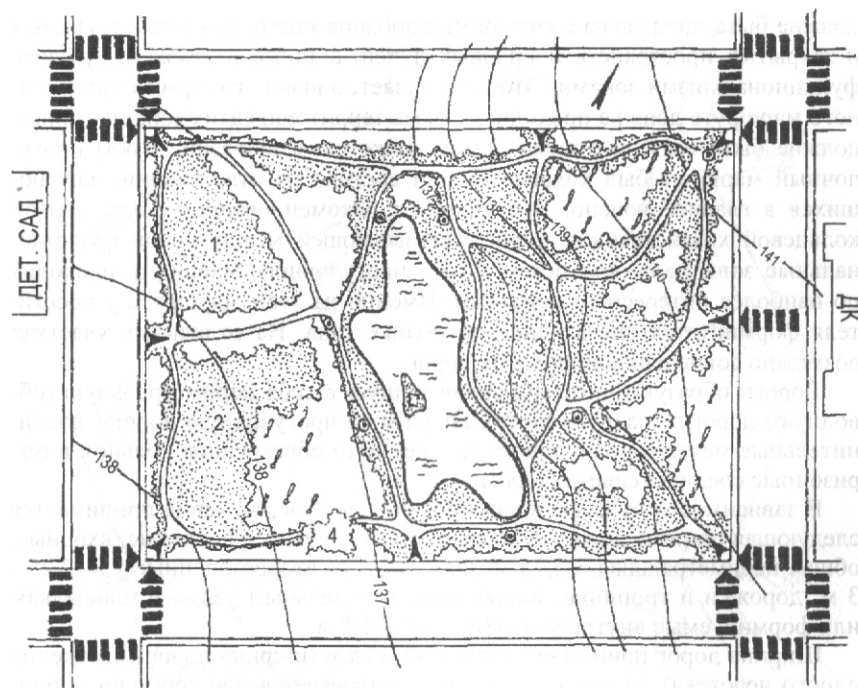


Рис. 4. Третий этап эскиза

- основные дороги;
- ▲ - входы, требующие оформления с включением площадок;
- ⊙ - места формирования видовых площадок и площадок отдыха;
- 1 – детская зона; 2 – спортивная зона; 3 – зона тихого отдыха;
- 4 – хозяйственная зона

Прокладка дорог ведется на основе уже разработанной объемно-пространственной структуры сада. Дорожно-тропиночная сеть должна быть рациональной и в то же время обеспечить сад интересными прогулочными маршрутами. В первом случае необходимо, чтобы дороги удобно связывали между собой входы и функциональные зоны. В данном случае основные входы тяготеют к углам участка как к местам пешеходных переходов, а также к местам, обеспечивающим связь с наиболее важными пунктами за пределами участка (общественные учреждения, транспортные остановки и др.). Целесообразно предусмотреть кольцевую хозяйственную дорогу, тяготеющую к периферии сада и связывающую все зоны. Во втором случае следует учесть, что линия прогулочного маршрута

должна быть проложена с учетом чередования уже намеченных открытых и закрытых пространств и видовых лучей, а также в увязке с другими функциональными зонами. Это не означает, однако, что трасса прогулочного маршрута должна проходить сквозь территорию этих зон, она только должна быть связана с ними. Здесь также целесообразно, чтобы прогулочный маршрут был кольцевым или состоял из ответвлений, вливающих в главное кольцо. В отличие от рекомендованной ранее первой кольцевой хозяйственной дороги, связывающей между собой функциональные зоны сада, кольцевая дорога прогулочного маршрута проходит по наиболее интересным пейзажам. Именно на этом маршруте у посетителя формируется впечатление об облике сада. На отдельных участках возможно совпадение линий этих дорог.

Дороги образуют систему, включающую в себя периметральную (обводную) дорогу, главную аллею, кольцевую прогулочную дорогу, соединительные междузонные дороги (также часто образующие кольцо), внутризонные соединительные дороги.

В зависимости от назначения и интенсивности движения принимается следующая ширина дорог: основные, прогулочные, транзитные, входные, общая периметральная 3-3,75 м; прогулочные второстепенные 1,5- 2,25 - 3 м; дорожки и тропинки, подводящие к отдельным узлам и площадкам или формируемые внутри узлов 0,5 -0,75 - 1,5 м.

Ширина дорог принимается кратной 0,75 м (ширина полосы движения одного человека), ширина 0,5 м предусматривается для тропинок с плиточным покрытием (в соответствии с размерами плитки).

Дороги на всем протяжении имеют, как правило, одинаковую ширину, за исключением отдельных случаев, когда рисунок линии дороги специально формируется как декоративный элемент. На дорогах следует делать уширения от 0,5 до 1,5 м для установки скамеек.

Прокладка дорог должна вестись с учетом рельефа, максимально допустимые уклоны для периметральной дороги 6-8 %, для основных дорог – 8-10, для тропинок – 10-12 %. При рельефе, превышающем допустимый уклон, необходимо проектировать извилистые дороги, направление которых позволяет не превышать уклон (дороги-серпантины), или предусматривать устройство лестниц и пандусов.

Дорога в садах и парках является не только функциональным элементом, обеспечивающим пешеходную взаимосвязь его зон, но и эстетическим. Поэтому рисунок ее линий должен быть плавным, соответствовать формам рельефа, линии водоема, контуру опушки. Повороты и изгибы дорог должны быть оправданы размещением пейзажных элементов. Развилки и отмыкания не должны образовывать острых углов, они должны быть округлены. Пересечение осей дорог должно производиться в одной точке. Острые углы необходимо округлять (рис. 5).

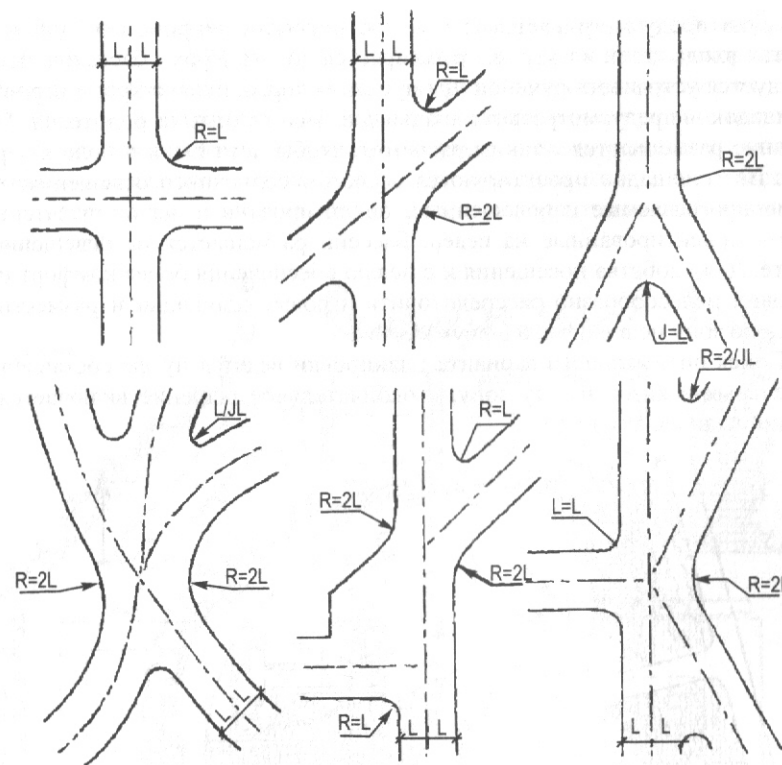


Рис. 5. Примеры пересечения парковых дорожек

Места пересечения большого числа дорог целесообразно развивать в площадку.

Густота дорожной сети должна быть минимальной, однако достаточной для обеспечения пешеходных связей и предотвращения самовольных протопов по территории сада.

Четвертый этап эскиза – детальная проработка функциональных зон. Она должна учитывать специфику их использования.

Детская зона. В ее состав входят не только игровые площадки, но и внутренние дороги, поляны и насаждения, обеспечивающие комфортный отдых и изоляцию от остальной части сада. Игровые площадки предназначены для детей дошкольного и школьного возраста и обеспечиваются соответствующим оборудованием. Если позволяет площадь, то в составе детской зоны следует предусмотреть специальную кольцевую дорожку для педальных машин, роликовых коньков, скейтбордов, бассейн площадью 25-30 м, поляну с устойчивым газоном для подвижных игр. Вокруг

бассейна предусматривается плиточное покрытие шириной 0,5-0,6 м, в местах входа детей в воду оно расширяется до 3 м. Кроме бассейна, рекомендуется устраивать ручейки для пуска корабликов, а кроме игровых площадок – предусмотреть площадки для тихого отдыха родителей. Последние размещаются с таким расчетом, чтобы дети были в поле их зрения. Все площадки проектируются с учетом солнечного освещения: хорошо прогреваемые и освещенные, ориентированные на юг и затененные – ориентированные на север. Бассейн размещается на освещенном месте. Для удобства посещения и с целью обеспечения более комфортных условий целесообразно рассредоточить игровые площадки и разместить детскую зону не в одном, а в двух местах.

Поиск оптимального варианта планировки ведется путем составления отдельных эскизов на эту зону, а окончательное решение включается в общий план сада (рис. 6).

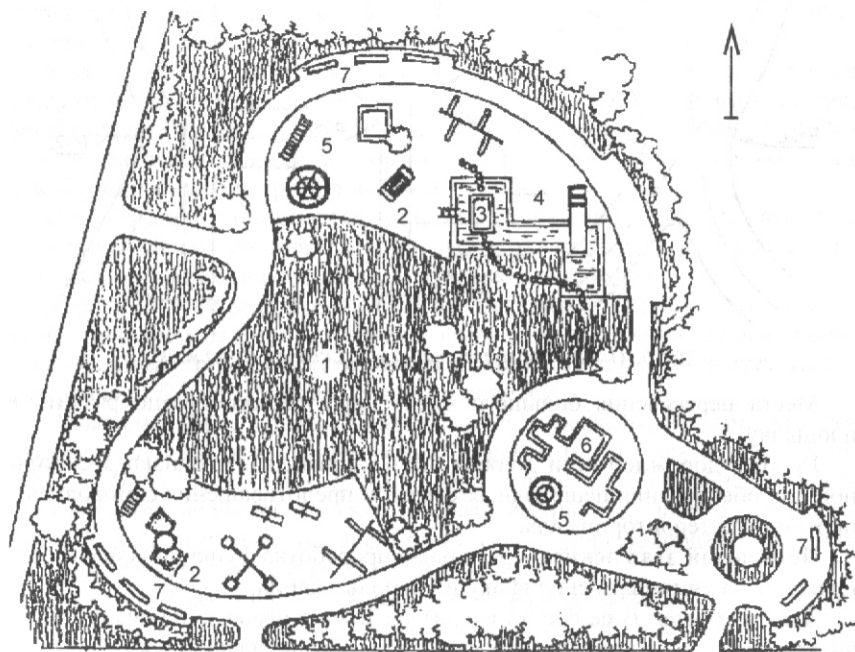


Рис. 6. Пример решения зоны детского отдыха:
1 – газон (игровая поляна); 2 – грунтовое покрытие; 3 – бассейн;
4 – катальная горка; 5 – карусель; 6 – лабиринт;
7 – площадки для взрослых

Спортивная зона предназначена для повседневных занятий спортом и тренировок жителей района. Она включает в себя комплекс спортивных площадок (плоскостные спортивные сооружения), связывающих их внутренние дороги, площадку для отдыха и защитно-изолирующие насаждения. В составе игровых площадок в первую очередь рекомендуются волейбольные, для бадминтона, гимнастики и настольного тенниса. Остальные определяются в зависимости от размеров территории сада и его специфики (рис. 7).

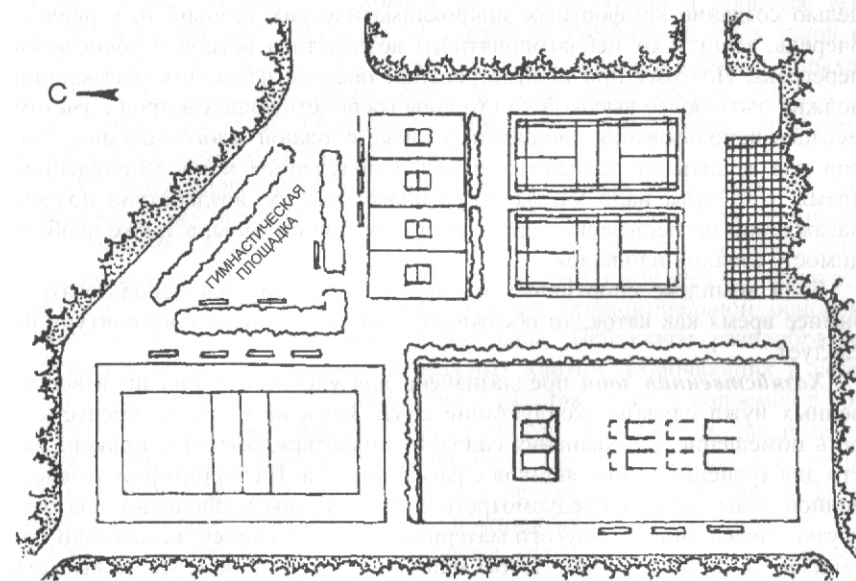


Рис. 7. Пример решения спортивной зоны

Спортивные площадки размещаются длинной осью по меридиану. Допустимы отклонения осей площадок от меридиана на широте 46-55° (т.е. на широте проектируемого сада составляют: северо-восточные – 10°, северо-западные – 5°). Размеры площадок и варианты их блокировки даются по нормативам. В данном проекте допускаются и более существенные отклонения при условии их обоснования в пояснительной записке.

В спортивной зоне желательно разместить площадки со скамьями для отдыха играющих и болельщиков, а также место для переодевания. Внутренние дороги должны подводить к основной сети дорог и к входу. Спортивную зону желательно обеспечить самостоятельным входом.

При проектировании этой зоны, как и детской, необходимо составить ряд эскизов. Однако, учитывая стандартные размеры площадок, требова-

ния к их ориентации по странам света и блокировке, можно использовать компьютерные программы или ранее принятый метод макетирования. Для этого макет спортплощадки надо нанести на ватман в масштабе проектирования (М 1:500) и вырезать. Изготовленные таким образом макеты размещают на плане в различных комбинациях, пока не будет найден приемлемый вариант. Кроме уже предусмотренных защитных и изолирующих насаждений, проектируемых по периферии спортивной зоны, необходимо предусмотреть обсадку площадок древесными растениями. Обсадка имеет целью создание комфортных микроклиматических условий и, в первую очередь, защиты от неблагоприятного воздействия ветров и солнечного перегрева. Поэтому при периметральной обсадке плотность насаждений должна быть более высокой со стороны господствующих ветров с учетом месяцев использования площадки, а также с южной и юго-западной сторон для защиты от солнечных лучей в полуденное и послеполуденное время. При этом надо учитывать и благоприятное воздействие полосы насаждений по периферии территории спортивной зоны, а также необходимость азрации площадок.

Если комплекс спортивных площадок проектируется использовать в зимнее время как каток, то обсаживать каждую площадку по контуру не следует.

Хозяйственная зона предназначена для удовлетворения производственных нужд службы эксплуатации сада. Здесь необходимо предусмотреть помещение для хранения садового инвентаря, бытовку, прикол, место для хранения земли, ящиков с рассадой и т.д. На территории хозяйственной зоны следует предусмотреть въезд с улицы и площадку для разгрузки посадочного и другого материала. Связь с улицей желательно организовать таким образом, чтобы машина, разгрузившись, могла выехать с территории без разворота, т.е. въездная дорога должна быть сквозной и иметь два выхода на улицу. Хозяйственная зона должна быть связана с дорожной сетью сада, чтобы обеспечить подвозку материала в любую его часть. Ее территория изолируется от сада и улицы плотными насаждениями (рис. 8).

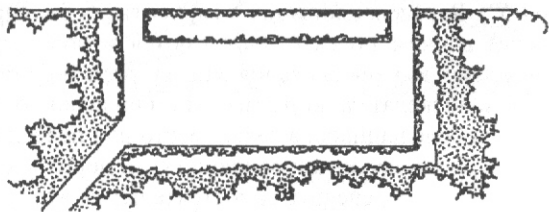


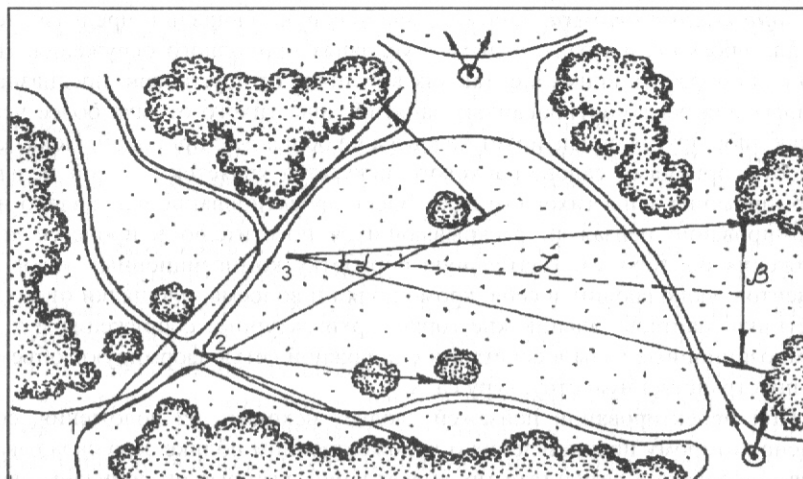
Рис. 8. Пример решения хозяйственной зоны

Зона тихого отдыха. Занимает наибольшую площадь и предназначена для прогулок и тихого отдыха в условиях природного окружения. На это надо обратить внимание, так как в отличие от других зон, предназначенных для регламентированных занятий, зона тихого отдыха более чем какая-либо другая ориентирует человека на общение с природой. Показ ее красоты приемами садово-паркового искусства является главной целью формирования зоны тихого отдыха. Здесь проектирование направлено на формирование пейзажей, раскрывающихся посетителю в процессе его движения по дорогам, тщательную обработку композиционных узлов и акцентов, включающих в себя, кроме полян и водоема, площадки отдыха, цветники, партеры, альпийские горки, архитектурные сооружения и т.д. Композиционные узлы в сочетании с дорожной сетью формируют объемно-пространственную структуру сада.

При проектировании пейзажей следует исходить из положения, согласно которому представление о художественном облике сада складывается у человека в результате тех впечатлений, которые он получает, двигаясь по маршруту. Поэтому обеспечение необходимой смены впечатлений или пейзажного разнообразия является принципиальной основой формирования художественного образа сада. Пейзажное разнообразие получается путем чередования пейзажных картин, включающих в себя как открытые освещенные солнцем пространства полян и водоемов в сочетании с древесно-кустарниковыми группами, цветниками, так и затененные закрытые пространства древесных массивов. На данном этапе проектирование следует вести, опираясь на уже предусмотренную сеть дорог, так как дорога является линией восприятия пейзажей.

Сначала необходимо проанализировать маршруты с точки зрения пешехода, чтобы определить места формирования пейзажных картин, воспринимаемых при движении по маршруту. Для этого, следуя линии пешехода, определяют направление взгляда и изображают его в виде видовых лучей, в створе которых обозначаются места формирования пейзажных картин. Другими словами, опираясь на план, проектировщик мысленно совершает прогулку по саду и обозначает места наиболее подходящих акцентов. Такую «прогулку» следует совершить по всем прогулочным дорогам в обоих направлениях с указанием акцентов на чертеже. Участки в створе видовых лучей входят в поле пейзажной картины (рис. 9).

Зафиксировав места формирования пейзажных картин, решается вопрос их композиции, а также всех композиционных узлов сада — партеров, полян, водоемов, площадок, аллей, массивов и др., а затем вопрос пространственной структуры насаждений. Последовательность этих решений несколько условна, как правило, они ведутся одновременно.



1 - вид на поляну с видовой площадкой: будет доработан, необходимо изолировать площадку насаждениями;



2 - вид на дорогу сквозь стволы деревьев;



3 - вид на поляну, деревья слева, обрамляющие кулисы образуют три плана

Рис. 9. Схема фиксации пейзажных картин на маршруте (фрагмент иллюстрируемого проекта):

- ↖ - видовые точки, фиксированные на маршруте;
- α, L, β - параметры пейзажной картины;
- ⊙ - видовые точки, отмеченные на ранних этапах

3. Композиционное и пространственное решение пейзажей

Включает в себя следующий перечень задач:

- а) композиции пейзажных картин. Ведутся с учетом их классификации по сложности построения и размещения композиционных элементов (рис. 10), а также их параметров: α – горизонтальный угол восприятия; L – расстояние от наблюдателя до картины; B – ширина картины;
- б) композиции древесно-кустарниковых ландшафтных групп;
- в) открытые пространства полей;
- г) открытые пространства водоемов;
- д) пространственная структура насаждений. На основе классификации типов пространственной структуры (рис. 11) решаются пространственная изоляция и взаимосвязь планировочных частей сада;
- е) пейзажное разнообразие – решает частоту чередования и длительность восприятия пейзажных картин (рис. 12, 13, 14);
- ж) цветочное оформление;
- з) площадки отдыха.



Рис. 10. Систематизация типов простых пейзажей (подробная расшифровка приведена в учебнике «Ландшафтное искусство»)

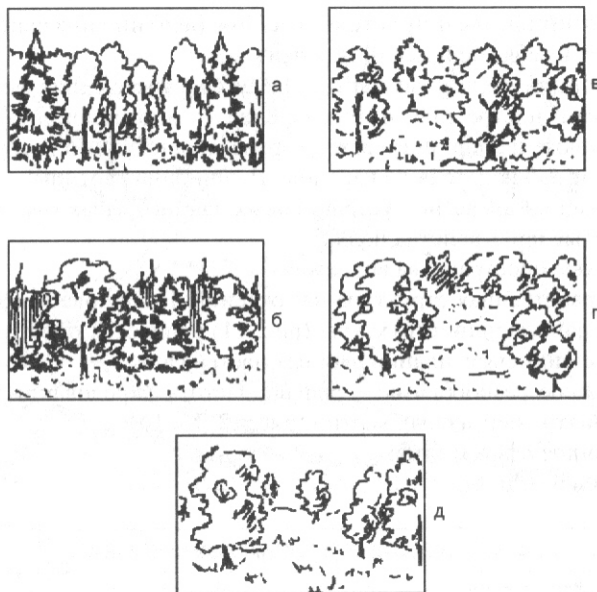
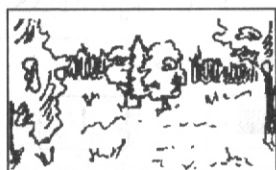


Рис. 11. Схемы типов пространственной структуры:
а - закрытый с горизонтальной сомкнутостью; б - закрытый с вертикальной сомкнутостью; в - полукрытый с равномерным размещением деревьев; г - полукрытый с групповым размещением деревьев; д - рединый



Пейзажная картина на видовой точке

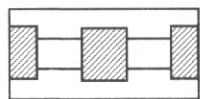


Схема пейзажных картин 2+5

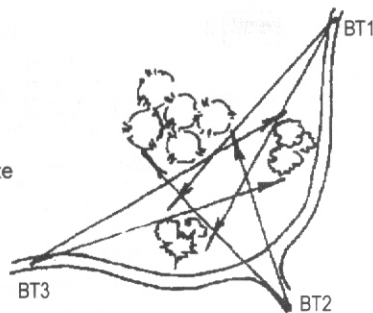


Рис. 12. Пример динамики (перекомпоновки) элементов пейзажной картины в процессе движения

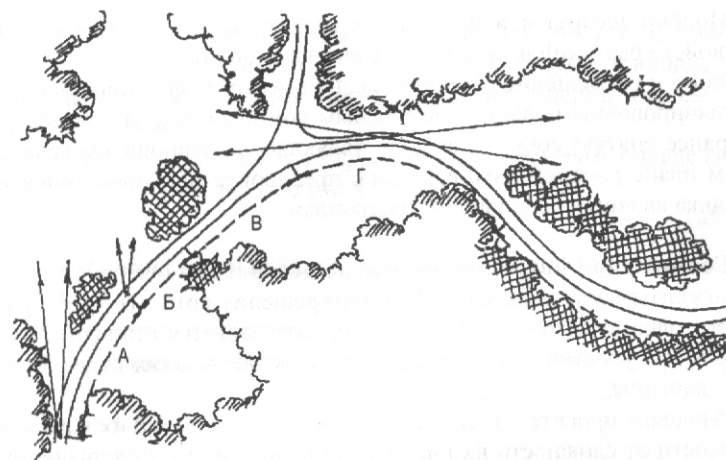


Рис. 13. Пример решения полян, переходящих одна в другую

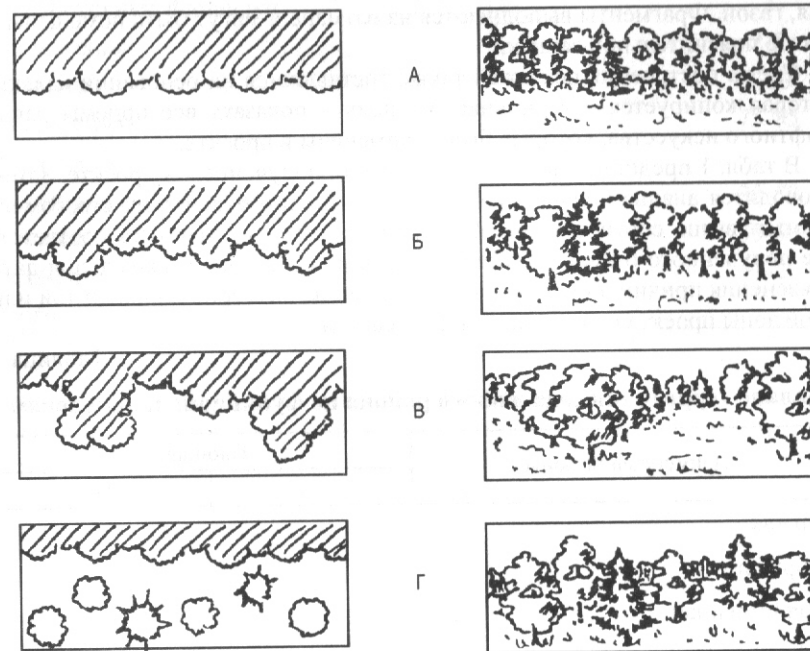


Рис. 14. Типы опушек:
А - однородная; Б - барельефная; В - горельефная; Г - рыхлая

4. Подбор ассортимента растений следует вести с учетом экологических свойств растений и их физиономического облика.

Подбор и размещение растений следует вести по функциональным зонам, планировочным узлам и пейзажным композициям. Для этого нужно взять ранее снятую копию с кальки, являющейся черновиком генплана и на этом плане распределить растения, предварительно пронумеровав их. Эта калька является черновиком дендроплана.

5. Составление фрагментов и схемы построения пейзажей

Фрагменты составляются на участки, решение которых требует более крупного масштаба, чем 1:500, в котором составляется генплан сада. Это, прежде всего, участки с цветниками, площадками, а также отдельные пейзажные картины.

В курсовом проекте следует представить один-два таких фрагмента в зависимости от сложности их рисунка. Участки фрагментов увеличиваются в М 1:200 или 1:100. На нем в масштабе показаны контуры цветников с экспликацией, мощение, малые формы, древесно-кустарниковые растения, газон. Фрагменты выполняются на ватмане и могут быть помещены в тексте пояснительной записки.

Схема построения пейзажей также составляется на основании кальки, которая копируется с черновика. Ее цель – показать все приемы ландшафтного искусства, которые были применены в проекте.

В табл. 1 представлено соотношение зон, полученных в проекте. Затем проводится анализ полученных данных: надо сопоставить их с рекомендуемым выше соотношением функциональных зон, отметить соответствие полученного баланса с рекомендуемым, а в случае расхождения дать объяснения причин, обусловивших отклонение размеров площади той или иной зоны проекта от предлагаемой заданием.

Таблица 1

Баланс территории сада жилого района по функциональным зонам

Наименование зоны	Площадь	
	га	%
Детская		
Спортивная		
Хозяйственная		
Тихого отдыха		
Итого		100

При подсчете баланса в состав площадей включаются не только их площадки (спортивные, игровые, хозяйственные), но и площадь дорог, примыкающего к ним газона и окружающих насаждений, как бы «работающих» на эту зону.

Баланс территории по планировочным элементам определяется и оформляется по форме, приведенной в табл. 2.

Таблица 2

Баланс территории сада жилого района по планировочным элементам

Наименование планировочных элементов	Площадь	
	га	%
Дороги и площадки		12-18
В том числе:		
площадки отдыха		5
спортивные площадки		3
Сооружения		2-5
Водоемы		5-10
Насаждения		75-85
В том числе:		
деревья и кустарники		20-50
газоны		35-50
цветники		1-2
Итого		

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЛАНДШАФТНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

Отдельные элементы благоустройства зон отдыха в крестьянских (фермерских) и личных подсобных хозяйствах

(Рекомендации по организации
зон отдыха в крестьянских (фермерских)
и личных подсобных хозяйствах)

ДОРОЖНЫЕ ПОКРЫТИЯ

Сопряжение газон-тротуар-газон

Устройство покрытий тротуаров в России различно: от асфальтового покрытия до декоративного мощения из натурального камня. В данной работе предлагается мощение тротуара из декоративной плитки размерами 20х10х6 см и сопряжение края дорожки с газоном.

Для устройства тротуара вырывают корыто и уплотняют края. Первый слой – этостилающий упругий слой, который состоит из уплотненной земли. Следующий слой – песок (16 см), который служит для дренажа, и щебень (12 см), выполняющий ту же функцию. Каждый слой немного уплотняют и увлажняют. Укладывают плитку согласно ГОСТам (приведены далее). Поверхность и швы у плитки засыпают сухой цементно-песчаной смесью (5 см). Поверхность увлажняют. Края тротуара обустраивают бортовым камнем, который устанавливается на бетонную подушку.

Устройство покрытия

1. Плиты доставляют на объект автотранспортом в специальных контейнерах. Погрузочно-разгрузочные работы и монтаж покрытия из плит с размером сторон 100 см проводят с помощью навесного оборудования конструкции СУ-32 Треста строительства набережных к 3-5-тонному автокрану или автопогрузчику.

Плиты с размером сторон до 50 см можно укладывать в покрытия специальным вакуум-захватом конструкции ГДС-1 или вручную.

2. Раскладка плит может осуществляться по различным схемам.

3. Укладывать плиты следует поперечными рядами от края до края. Перед укладкой плит должны быть разбиты и закреплены на основании две ограничивающие линии, от одной из них начинается укладка плит.

3.1. Выравнивание граней плит проводят по натянутой проволоке или шнуру, расположенному вдоль укладываемого ряда.

3.2. Ширина шва между смежными плитами с размером сторон 100 см должна быть 8-12 мм, с размером стороны до 50 см – 5-8 мм. Швы заполняют песчано-цементной смесью в соотношении 3:1.

3.3. При устройстве декоративных покрытий ширину шва можно увеличить до 50 мм. В этом случае шов заполняется дерном или растительным грунтом и засеивается травой. Для обеспечения требуемой ширины швов между плитами применяют специальные шаблоны.

3.4. При укладке плит с размером стороны 100 см их выравнивание проводят с помощью такелажных багров после того, как нижняя плоскость плиты опущена краном на 2-3 см ниже верхней плоскости уложенных смежных плит. Какие-либо перекосы плиты недопустимы. При употреблении ломов обламывание кромок плит должно исключаться.

3.5. Выравнивание уложенных плит выполняют легким постукиванием деревянными трамбовками. Уступы в швах смежных плит не должны превышать 2 мм. Образовавшийся у граней плит валик из песка или песчано-цементной смеси срезают ручным шаблоном.

3.6. Фигурные плиты и элементы мощения укладывают плитокладчиками отечественного или зарубежного производства.

3.7. При устройстве покрытий в зимнее время целесообразно заранее, до наступления устойчивых заморозков, подготовить земляное полотно, подстилающий слой и основание под покрытие. Укладка выравнивающего слоя на подготовленное основание производится непосредственно перед монтажом.

3.8. При укладке плит на бетонное основание в зимнее время поверхность его должна быть тщательно очищена от грязи, снега и льда и затем прогрета. Для облегчения удаления ледяного покрова рекомендуется оттаивание его разливом раствора CaCl_2 в количестве 1 л/м². Очистку и прогрев бетонного основания можно производить асфальторазогревателем или с помощью установки, применяемой для устройства кровель с наплавляемым рубероидом, а также нагретым до 180-200° С горячим песком, который укладывают слоем 5-7 см с последующим удалением.

3.9. По очищенному и подогретому бетонному основанию укладывают подогретый цементно-песчаный раствор толщиной до 20 мм, температура которого не должна превышать 35°С.

3.10. Работы по устройству тротуаров во время сильного снегопада прекращаются. Подготовленные участки выравнивающегося слоя укрываются передвижными навесами, брезентом или соломенными матами. Укладывать плиты при температуре ниже -15°С не рекомендуется.

3.11. Заделку швов рекомендуется выполнять только весной. В случае необходимости заполнения швов зимой следует предварительно подогреть места сопряжений плит и заполнить их подогретой до 35°С песчано-цементной смесью.

Приемка работ

1. Тротуары должны быть выполнены в соответствии с проектом, СНиПом и другими действующими нормативно-техническими документами.

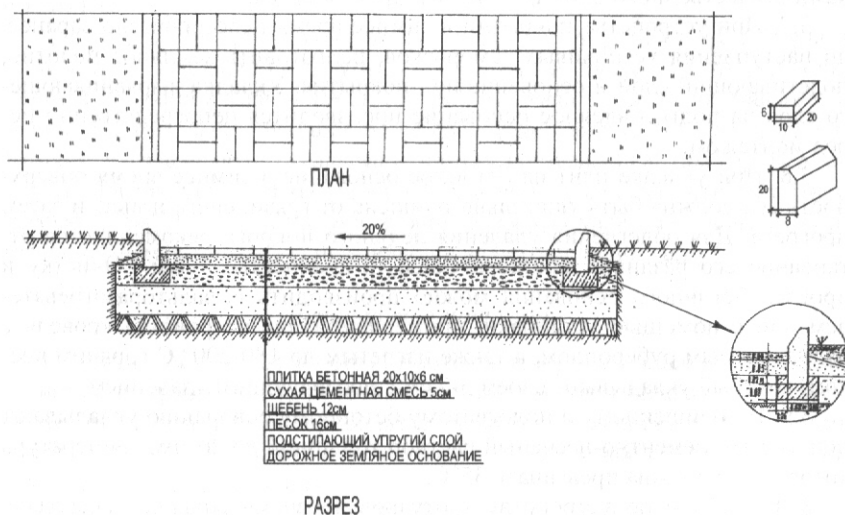
1.2. При приемке тротуаров должны быть проверены:

а) соответствие утвержденному проекту конструкции основания подстилающего слоя, дренажных устройств и водоотвода. Проверка ведется по актам на "скрытые" работы, журналам производства работ и лабораторным данным;

б) соответствие ширины тротуара проектному размеру;

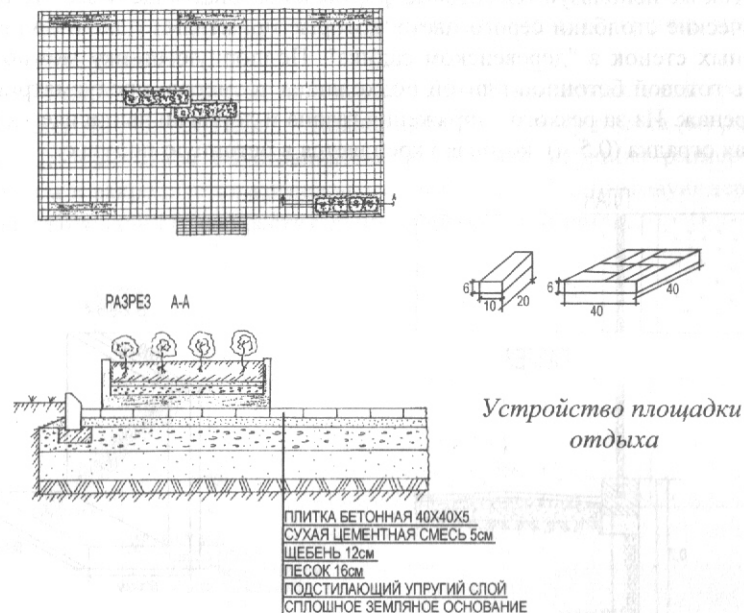
в) продольный и поперечный профили покрытия и их соответствие проекту (проверяется контрольным нивелированием);

г) ровность поверхности покрытия, которая выполняется путем контрольных замеров 3-метровой рейкой не менее чем через 20 м; просветы под рейкой не должны превышать 3 мм. Аналогично устраивается и площадка для отдыха взрослых.



Сопряжение газон-тротуар-газон

ПЛАН-СХЕМА

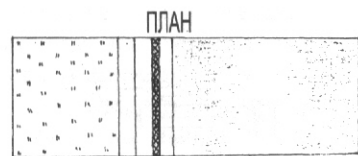


Подпорная стенка

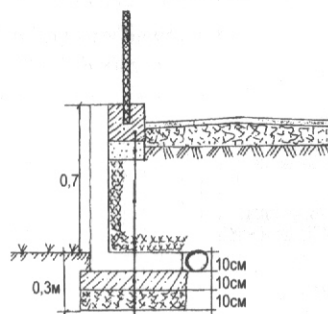
Одним из способов укрепления откоса или его замены является подпорная стенка, которая удерживает в равновесии земляные массы верхнего уровня выше расположенного участка и предотвращает их оползание. Для постройки подпорных стенок используют бетон, кирпич, природный камень, гранитные валуны, булыжник, плитняк, бой гранитных плит и другие местные материалы. Стенки из бетона облицовывают галькой, крупным булыжником, колотым камнем, плиткой или другими недорогими отделочными материалами. На поверхности стенки из бетона можно выполнить какой-либо рисунок или мозаичный узор, сделав ее таким образом декоративным элементом в композиции сада.

Одним из материалов для изготовления каркаса подпорной стенки является бетон. Невзрачную поверхность бетона необходимо облагородить и для этой цели отлично подходят различные штукатурки, с помощью которых можно создать имитацию различных фактур. Великолепные подпорные стенки получаются из блоков из декоративного бетона. Лицевая поверхность этих блоков имеет фактуру под натуральный камень или абсолютно ровную и выполняется в широкой цветовой гамме. Стоимость этих подпорных стенок почти в 2 раза меньше, чем стоимость стенки из бетона с облицовкой, а качество и внешний вид гораздо лучше.

Так же используются готовые формы из бетона, чаще всего это цилиндрические столбики серого цвета, которые применяют для создания подпорных стенок в "деревенском садике". Подпорную стенку можно укрепить готовой бетонной плитой подходящих размеров, предусматривается и дренаж. Из-за резкого сопряжения газона и дорожки выполняется невысокая ограда (0,5 м), которая укрепляется в бетонную подушку.

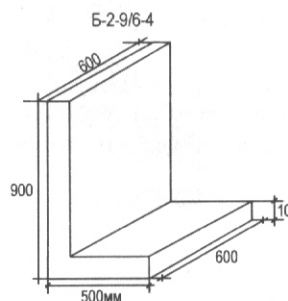


РАЗРЕЗ



БЕТОН 26X20
ПЕСОК 10см
ГРУНТ 40см
ТЕПЛОИЗОЛЯЦИОННЫЙ СЛОЙ 10 см
БЕТОН 10см
ТЕПЛОИЗОЛЯЦИОННЫЙ СЛОЙ 10см

Устройство подпорной
стенки



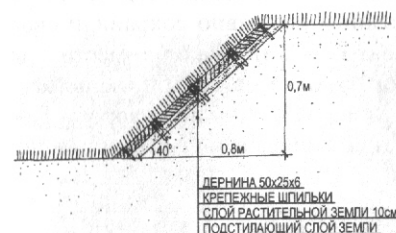
Откос

На участке, где существует перепад в уровне размещения отдельных территорий относительно поверхности земли, необходимо провести тщательную вертикальную планировку пространства. Простейшим элементом такой планировки являются откосы, представляющие собой переход от одного участка к другому при разнице их уровней. Высота и уклон откосов зависят от разницы в уровнях площадок и вида грунта. Чем легче грунт, тем более пологим должна быть крутизна откоса.

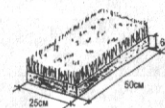
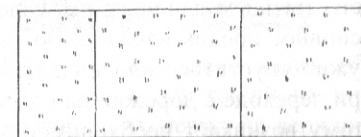
Иногда нехватка места не позволяет сделать откос с пологим склоном. В этих случаях его делают более крутым, дополнительно укрепив, чтобы избежать разрушения.

Высота перепада небольшая, а с учетом грунта максимальный градус откоса равен 40°, следовательно, можно высчитать длину откоса (он равен 0,8 м). Данный откос обустраивается из готовой дернины размерами 50x25x6 см и закрепляется крепежными шпильками. Под готовую дернину засыпается слой (10 см) растительной плодородной земли.

РАЗРЕЗ



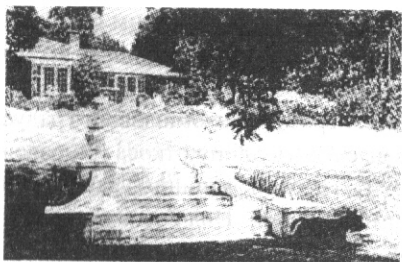
ПЛАН



Устройство откосов

Лестницы

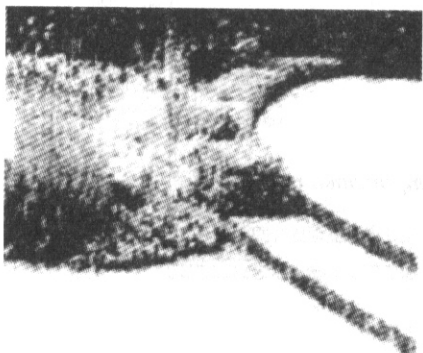
История садовых дорожек, ступеней, внутренних двориков теряется в глубине веков. Удивительно, сколько существовало всевозможных способов выкладывания дорожек! Прошлое – неиссякаемый источник вдохновения! Известно, например, что до XVI в. садовые лестницы редко имели декоративное назначение. Древние римляне строили ступеньки по необходимости – при перепаде садового рельефа. Но уже в



эпоху Возрождения, когда сады стали принимать классические формы, появились красивые парадные площадки и лестницы, с изысканной балюстрадой, перилами, фонтанами и скульптурами. В других европейских странах, например, в Англии, садовые ступени занимали

более скромное место в архитектуре сада, имея скорее утилитарное назначение.

Даже после XVIII в., давшего Англии такого известного ландшафтного архитектора, как Роберт Браун, сменившего классический сад на сад с естественным ландшафтом, садовые лестницы все равно сохранили свое основное предназначение. Во многих садах есть хотя бы одно место, где нужно спуститься или подняться с одного уровня на другой, например, при переходе с дорожки на патио или с газона на подъездную дорогу. Поэтому возникает необходимость устройства ступенек или лестниц в несколько маршей (в случае с большим уклоном).



Если участок имеет наклонную поверхность, то можно намного облегчить передвижение по саду, сделав удобную и практичную лестницу. Для ее изготовления можно использовать любой материал. Проще всего сделать земляную. Для этого в землю вбивают деревянные столбы на таком расстоянии друг от друга, чтобы ступеньки получились одинаковой ширины. Вплотную к столбам укладывают деревянные круги, чтобы сделать горизонтальную часть ступеньки. Можно использовать плиты из бетона. Для этого их устанавливают вертикально.

Оптимальное число ступенек – три-четыре. Одна или две ступеньки нежелательны: такой порог не будет восприниматься как лестница, часто

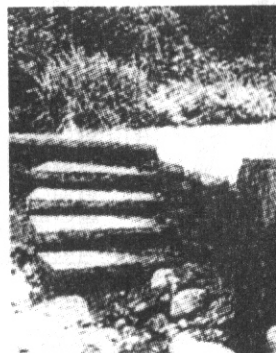
о нем забывают, что может привести к несчастным случаям. Лестницы с большим количеством ступенек на небольшом участке земли не нужны.

Самая удобная высота для ступеньки садовой лестницы 12-14 см. Оптимальная длина ступени – две ее высоты (не менее 30 см и не более 45 см). Возведение садовой лестницы начинается с планирования, расчета количества ступенек, их длины и высоты. В этом деле поможет простейшее приспособление из двух сколоченных под прямым углом реек.

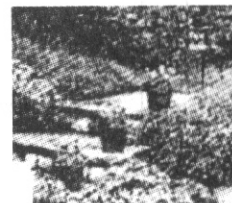


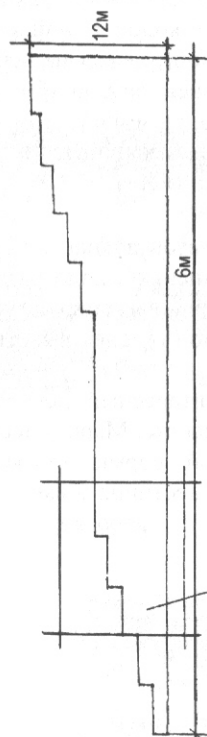
Рейки устанавливают таким образом, чтобы конец одной из них (более длинной), лежал на вершине склона, а конец другой (более короткой) входил в землю в том месте, где должна заканчиваться самая нижняя ступенька.

С помощью уровня необходимо проверить горизонтальность установки приспособления. Чтобы определить длину ступеньки, надо разделить длину горизонтальной рейки на количество предполагаемых ступенек. Высота ступеньки определяется делением на число ступенек высоты вертикальной рейки.



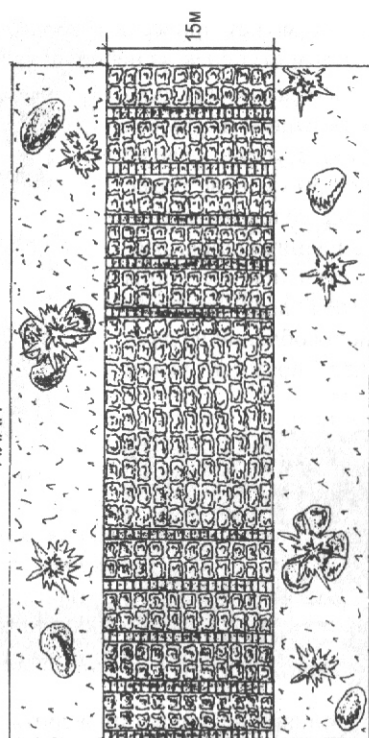
Лестницы – интересный декоративный элемент на участке. Марши лестниц могут быть разной формы, ступени – закругленные, или лестница может иметь несколько маршей с поворотами относительно друг друга.



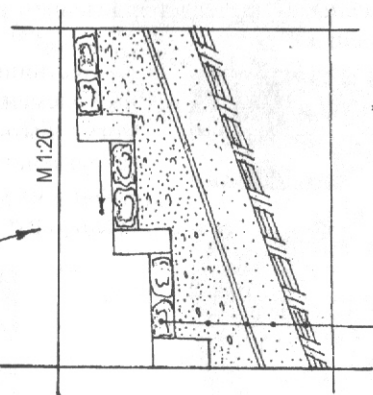


M 1:50

ПЛАН



Устройство садовой лестницы



M 1:20

КАМЕНЬ НА ЦЕМЕНТНОЙ СТЫЖКЕ h=0.08m
БЕТОННОЕ ОСНОВАНИЕ M200 h=0.2m
РУБЕРОИД – 1 СЛОЙ
ПЕСОК 0.15m
УПЛОТНЕННЫЙ ГРУНТ

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1. СУЩНОСТЬ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ.....	4
2. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЪЕКТОВ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА.....	8
2.1. Ландшафтно-планировочная организация зон отдыха на сельских территориях.....	8
2.2. Особенности организации зон отдыха в крестьянских (фер- мерских) и личных подсобных хозяйствах	11
2.3. Разработка и оптимизация сельского гостевого дома.....	20
2.4. Разработка бизнес-плана сельского туристического хозяйст- ва.....	27
3. ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА В СФЕРЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА	34
3.1. Организация основных услуг	35
3.2. Формирование дополнительных услуг	37
3.3. Оформление усадьбы и обустройство прилегающей терри- тории	40
3.4. Формирование цен на услуги в сфере сельского туризма	42
4. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ХОЗЯЙСТВА	47
4.1. Рекламно-информационная составляющая развития сель- ского туризма	47
4.2. Потребители услуг в сфере сельского туризма.....	48
4.3. Реализация туристического продукта в сфере сельского ту- ризма	49
4.4. Планирование и контроль деятельности в сфере сельского туризма.....	50
5. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЯХ	51
6. ПРИМЕРЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАРУБЕЖНОГО И ОТЕЧЕСТВЕННОГО СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА	58
Литература	
Приложения.....	

Маргарита Михайловна Войтюк

**ОРГАНИЗАЦИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА
ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ
АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ЗАНЯТОСТИ СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ**

Библиотечка сельского специалиста

Выпуск 5

Редактор **В.И. Сидорова**

Художественный редактор **Л.А. Жукова**

Обложка художника **Е. А. Фроловой**

Компьютерная верстка **Е. Я. Заграй, А. Г. Шалгинских**

Корректоры: **В. А. Сулова, Н. А. Буцко, З. Ф. Федорова**

fgnu@rosinformagrotech.ru

Подписано в печать 20.09.2010 Формат 60х84/16
Бумага писчая Гарнитура шрифта "Times New Roman" Печать офсетная
Печ. л. 7,5 Тираж 500 экз. Изд. заказ 110 Тип. заказ 357

Отпечатано в типографии ФГНУ "Росинформагротех",
141261, пос. Правдинский Московской обл., ул. Лесная, 60

ISBN 978-7367-0800-0



9 785373 670800

Федеральное государственное научное учреждение
«Российский научно-исследовательский институт информации
и технико-экономических исследований по инженерно-техническому
обеспечению агропромышленного комплекса»
(ФГНУ «Росинформагротех»)
Минсельхоза России

ОСУЩЕСТВЛЯЕТ КОМПЛЕКТОВАНИЕ СПРАВОЧНО-ИНФОРМАЦИОННОГО ФОНДА (СИФ) И ОБСЛУЖИВАНИЕ НА ЕГО ОСНОВЕ.

СИФ ФГНУ «Росинформагротех» является составной частью отраслевой системы научно-информационного обеспечения предприятий и организаций АПК по вопросам агроинженерии. Фонд насчитывает около 200 тыс. единиц хранения опубликованных (книги, журналы и т.п.) и неопубликованных (отчеты о НИР, переводы, протоколы испытаний сельскохозяйственной техники) документов.

СИФ – наиболее полное в России собрание документов по механизации, электрификации и автоматизации сельского хозяйства.

На его основе выполняются следующие
библиотечно-информационные услуги:

- составление библиографического указателя (списка) по тематическому запросу заказчика (эта услуга наиболее удобна для аспирантов отдаленных от Москвы регионов России);
- копирование отдельных статей и малообъемных изданий;
- обслуживание по системе межбиблиотечного абонеента (МБА) с предоставлением документов из фондов института;
- выполнение переводов с английского, немецкого и других языков на русский язык и наоборот;
- библиографическое описание документов по ГОСТ 7.1-2003;
- индексирование изданий и статей по УДК и ББК;
- другие услуги.

Адрес ФГНУ «Росинформагротех»:
141261, пос. Правдинский
Московской обл., ул. Лесная, 60.
Тел. (495) 993-44-04
Факс 8 (49653) 1-64-90
E-mail: fgnu@rosinformagrotech.ru
www.rosinformagrotech.ru

Директор –
Вячеслав Филиппович Федоренко

Контактное лицо –
Дмитрий Дмитриевич Демидов

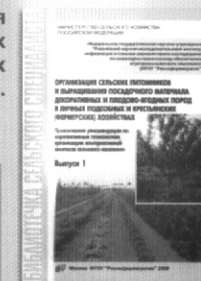
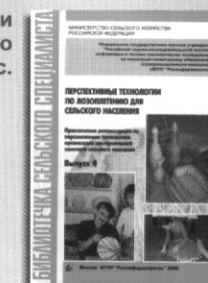
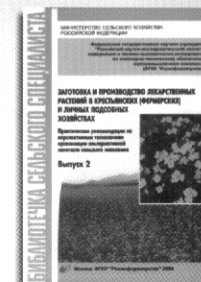
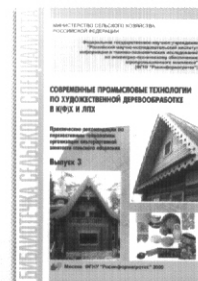


ВНИМАНИЮ СПЕЦИАЛИСТОВ!

ФГНУ «Росинформагротех» предлагает
практические рекомендации по перспективным технологиям
организации альтернативной занятости сельского населения.
БИБЛИОТЕЧКА СЕЛЬСКОГО СПЕЦИАЛИСТА.

Организация сельских питомников и выращивания
посадочного материала декоративных и плодово-ягодных
пород в личных подсобных и крестьянских
(фермерских) хозяйствах. – Вып. 1. – М., 2009. – 76 с.

Перспективные технологии
по лозоплетению для сельского
населения. – Вып. 4. – М., 2009. – 48 с.



Заготовка и производство лекарственных
растений в крестьянских (фермерских) и
личных подсобных хозяйствах. –
Вып. 2. – М., 2009. – 76 с.

Современные промышленные технологии
по художественной деревообработке
в К(Ф)Х и ЛПХ. – Вып. 3. – М., 2009. – 52 с.

Заказы направлять на электронную почту:
fgnu@rosinformagrotech.ru

