



Проект ПРООН/ГЭФ «Сохранение биоразнообразия в российской части Алтае-Саянского экорегиона» направлен на сохранение и обеспечение устойчивого использования биоразнообразия в российской части Алтае-Саянского экорегиона.

660062, г. Красноярск, ул. Крупской, 42, офис 514

Тел./факс: +7 (391) 247-91-12

E-mail: [altai-sayan@undp.ru](mailto:altai-sayan@undp.ru); <http://www.altai-sayan.org>



С.Г. Шилова, Н.Я. Терехова, О.Ю. Образцова,  
М.И. Буйволова, Н.А. Васильева

# «Зеленый дом»

## ОРГАНИЗАЦИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ



Красноярск  
2010

**Проект ПРООН/ГЭФ «Сохранение биоразнообразия в  
российской части Алтае-Саянского экорегиона»**

**РОО «Консультативный Центр для ООПТ»,  
Республика Алтай**

**НП «Зеленый дом», Республика Алтай**

**НП «Орион», Республика Алтай**

**С.Г. Шилова, Н.Я. Терехова, О.Ю. Образцова,  
М.И. Буйволова, Н.А. Васильева**

# **«ЗЕЛЕНЫЙ ДОМ»**

## **ОРГАНИЗАЦИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА**

**МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ**

**КРАСНОЯРСК  
2010**

УДК 581.9 (571.15)

ББК 28.58

**Шилова С.Г., Терехова Н.Я., Образцова О.Ю., Буйволова М.И., Васильева Н.А.** Зеленый дом: методическое пособие по организации сельского туризма. – Красноярск, 2010. – 104 с.

Содержание книги подготовлено авторским коллективом региональной общественной организации «Консультативный Центр для ООПТ Республики Алтай» в рамках выполнения проекта ПРООН/ГЭФ «Сохранение биоразнообразия в российской части Алтае-Саянского экорегиона» совместно с проектом ПРООН/ГЭФ Казахстана.

Книга предназначена сельским жителям, которые хотят включиться в систему сельского туризма, и тем, кто уже в ней работает, а также организаторам этого вида туристической деятельности, позволяющей успешно решать социально-экономические проблемы сельской местности.

В книге использован практический опыт сельских жителей Республики Алтай, которые занимаются этим видом деятельности с 1998 года.

Издание осуществлено при финансовой поддержке проекта ПРООН/ГЭФ «Сохранение биоразнообразия в российской части Алтае-Саянского экорегиона».

Программа развития Организации Объединенных Наций (ПРООН) является глобальной сетью ООН в области развития, выступающей за позитивные изменения в жизни людей путем предоставления доступа к источникам знаний, опыта и ресурсов.

Мнение авторов публикации не обязательно отражает точку зрения ПРООН, других учреждений системы ООН и организаций, сотрудниками которых они являются.

Издание является некоммерческим и распространяется бесплатно.

© Программа развития ООН, 2010

© РОО «Консультативный Центр для ООПТ», Республика Алтай, 2010

© НП «Зеленый дом», Республика Алтай, 2010

© НП «Орион», Республика Алтай, 2010

ISBN 978-5-904314-20-0

## СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие .....	4
1. Введение .....	5
2. Что такое сельский зеленый туризм .....	7
2.1. Признаки экотуризма .....	8
2.2. С чего начать .....	10
2.3. Организация экскурсий и досуга .....	13
3. Размещение туристов .....	16
3.1. Требования туристов к размещению .....	16
3.2. Создание гостевого дома .....	18
3.3. Процесс обслуживания туристов .....	20
4. Организация питания туристов .....	25
4.1. Требования к организации питания гостей .....	25
4.1.1. Требования к санитарной гигиене .....	25
4.1.2. Требования к приготовлению пищи .....	28
4.1.3. Минимальные требования к кухне и столовой .....	28
4.2. Оказание услуг питания .....	29
4.2.1. Общие принципы .....	29
4.2.2. Специфические правила сервировки .....	33
5. Эффективное общение .....	37
5.1. Основы устного общения .....	37
5.2. Основы письменного общения .....	41
5.3. Общение по телефону .....	43
5.4. Жалобы клиентов .....	45
5.5. Конфликты и способы выхода из них .....	49
5.6. Личное пространство .....	53
6. Управление гостевым домом .....	57
6.1. Качества руководителя .....	57
6.2. Разработка бизнес-плана .....	59
7. Продвижение услуг .....	63
7.1. Определение цены услуг .....	63
7.2. Правила проведения взаиморасчетов в туризме .....	66
7.3. Откуда взять туристов .....	67
8. Законодательные аспекты деятельности .....	70
8.1. Формы ведения гостевого бизнеса .....	70
8.2. Что дает регистрация предпринимательской деятельности .....	70
8.3. Что надо знать в начале предпринимательской деятельности .....	71
9. Финансовое управление .....	74
9.1. Бюджет доходов и расходов .....	74
9.2. Отчет о прибылях и убытках .....	77
9.3. Отчет о движении денежных средств .....	78
9.4. Подведение итогов и анализ показателей .....	80
9.5. Деньги любят счет .....	81
10. Структура сельского зеленого туризма в регионе .....	82
11. Приложения .....	86

## ПРЕДИСЛОВИЕ

---

Сельский туризм является достаточно новым направлением туристической индустрии. Его еще принято называть агротуризм или зеленый туризм. В настоящее время он активно развивается во всем мире, в том числе, и в России. Зеленый сельский туризм – отдых в сельской местности (в деревнях, на хуторах, в удобных крестьянских домах). Туристы некоторое время ведут сельский образ жизни среди природы, знакомятся с ценностями народной культуры, прикладного искусства, с национальными песнями и танцами, местными обычаями, принимают участие в традиционном сельском труде, народных праздниках и фестивалях.

Развитие этого интересного направления в России прогрессирует сейчас с каждым годом. Алтай не стал исключением. Ведь редкое место на земле сравнится с Алтаем по красоте, по неповторимому великолепию первозданной природы, которая так привлекает и российских и зарубежных туристов.

Положительную роль в становлении сельского туризма на Алтае сыграл достаточно высокий уровень безработицы в сельской местности, который заставляет население самостоятельно решать проблемы собственной занятости путем развития этого сектора туризма. Основанный на принципах устойчивого туризма, сельский туризм может способствовать решению множества проблем, связанных не только с занятостью населения, но и с деградацией окружающей среды, в первую очередь, деградацией земельных и водных ресурсов, биоразнообразия.

Инициировало подготовку данной публикации пособие «Гостевые дома: азбука успеха» (Н.Я. Терехова, О.Ю. Образцова, М.И. Буйволова, Н.А. Васильева), изданное в рамках реализации проекта ПРООН/ГЭФ «Сохранение и устойчивое использование биоразнообразия казахстанской части Алтай-Саянского экорегиона». Материал был существенно переработан и дополнен информацией об особенностях организации сельского туризма в республике Алтай. Проект ПРООН/ГЭФ «Сохранение биоразнообразия в российской части Алтае-Саянского экорегиона» выражает признательность казахстанским коллегам за помощь в подготовке данного издания.

Пособие предназначено для будущих и действующих владельцев гостевых домов и усадеб. Также книга может быть интересна местным администрациям, которые планируют развитие сельского туризма в своих районах.

Настоящие и потенциальные хозяева гостевых домов найдут в этом пособии всю интересующую их информацию – как обустроить дом, какие услуги интересны их гостям, кто является основным потребителем этих услуг и что туристы ожидают от проживания в деревенском доме.

## 1. ВВЕДЕНИЕ

---

В настоящее время отрасль туризма является приоритетной в Республике Алтай. Это значит, что остальные отрасли экономики должны работать с учетом интересов туризма.

И каждый сельский житель видит, что именно в этой отрасли каждый год появляются новые объекты: гостиницы различной вместимости и комфортности, информационные центры, сувенирные рынки, придорожные кафе, станции техобслуживания автомобилей, а также предприятия, оказывающие экскурсионные услуги. Эти предприятия размещаются не в городах, а в живописной местности недалеко от сельских поселений, где проживает 2/3 населения Республики Алтай. Безусловно, это существенно ограничивает возможности сельчан по ведению традиционных видов деятельности, которые всегда были не только экономической, но и мировоззренческой основой их жизни. Таким образом, появление туризма вблизи сельских поселений ведет к изменению мировоззрения. Если мы вовремя не осмыслим плюсы и не увидим минусы этого явления, не примем меры для сохранения всего ценного, что было накоплено народом, особенно в духовной сфере, то мы скоро станем свидетелями окончательного разложения деревенских общин. Собственно, так и произошло в городах.

Тем не менее, туризм стал для нашей республики повседневной реальностью, и сельские жители тоже должны найти в нем свое место, не теряя собственного достоинства и чувства Родины. «Нельзя плевать против ветра», – мудро подметил русский народ. Мы считаем, что занятие именно сельским туризмом позволяет деревенским жителям без больших потерь вписаться в современные рыночные отношения, успешно решать экономические проблемы своей семьи и не утратить культурные и духовные ценности, накопленные народом.

Сельский туризм позволяет крестьянину остаться хозяином на своей земле, тем же, кем он был на протяжении тысячелетий. Это не наемный труд, а самостоятельная предпринимательская деятельность на своей тер-



ритории, земле, пусть и небольшой по площади. Развитие сельского туризма требует ежедневного достижения конкретных целей, сплочения семьи в дружную команду, Это уважительные партнерские отношения с другими предпринимателями в туризме, это преодоление уродливых советских и жидивенческих привычек и взятие ответственности за собственную жизнь на себя, это добровольное объединение многих самостоятельных хозяев для решения общих проблем.

Народ любой традиционной культуры не понаслышке знал, что в человеке основным является душа. Если человек живет в согласии со своей душой, то у него все в порядке. А согласие достигается тогда, когда человек, чем бы он на земле ни занимался, растит в себе высокие нравственные качества, то есть именно это является осознанной целью жизни человека. В этом случае все будет ему помогать, и материальный достаток обязательно придет. Такой подход к делу особенно важен, когда предпринимательская деятельность связана с обслуживанием людей. В туризме все строится на человеческих взаимоотношениях. В них человек проверяется, выявляются недостатки его характера. Поэтому успех в предпринимательской деятельности в туризме зависит от способности признавать свои недостатки и исправлять их. Если же человек во главу угла ставит только зарабатывание денег и достижение материального достатка, то его работа в туризме будет полна конфликтов. Это лучше осознать в самом начале и взвесить – действительно ли Ваша семья хочет и способна работать в туризме.



## 2. ЧТО ТАКОЕ СЕЛЬСКИЙ ЗЕЛЕНый ТУРИЗМ

---

Сельский туризм – это отдых горожан в сельской местности в гостевых домах, созданных сельской семьей на основе собственного жилого дома и приусадебного участка, а также на земельном участке, отведенном под фермерское хозяйство. Главной фигурой, обеспечивающей проживание, питание и знакомство с достопримечательностями сельской местности, является сельская семья.



Работа по развитию сельского туризма началась в Республике Алтай в 1998г., когда в массовом сознании сельчан еще прочно коренилась неприязнь к отдыхающим и туристам. Сегодня к этому живому, интересному и прибыльному делу спонтанно подключились многие семьи, проживающие в разных районах Республики Алтай и имеющие свободное жилье, а также уже специально построившие его для приема туристов. Такие дома для проживания гостей в сельской местности называются у нас «зелеными домами». Дальше в тексте мы будем называть их гостевыми домами. За прошедшие годы сдача жилья в аренду отдыхающим была быстро освоена нашими хозяйками и стала приносить семьям дополнительный и весьма существенный доход. Можно констатировать, что жизнь семей, вовлеченных в сельский туризм, стала более устойчивой и интересной.

Но сельский туризм состоит не только из одних гостевых домов. С самого начала мы представляли этот вид туризма как целое, состоящее из множества отдельных предприятий, оказывающих самые разные услуги туристам (общественное питание, транспортные, культурные,





экскурсионные, информационные услуги, услуги ремесленных мастерских, фермерских хозяйств и пр.). В этом целом есть много возможностей для всех желающих участвовать в сельском туризме. Источников постоянных рабочих мест множество. Важно, чтобы местные жители это увидели и захотели в такую деятельность включиться.

Сельский туризм существует во многих странах мира. Там он относится к экологическим видам туризма, поэтому называется зеленым. Далее мы будем обозначать сельский зеленый туризм аббревиатурой СЗТ. Участником СЗТ является сельский житель, постоянно проживающий на территории Республики Алтай. Под объектом СЗТ понимается предпринимательское дело местного жителя. СЗТ – это множество околотуристических предпринимательских дел, организаторами которых являются местные жители.

## 2.1. Признаки экотуризма

Предлагаем с самого начала взять ориентир на развитие СЗТ как экологического.

Всем нормальным людям хочется, чтобы их деятельность приносила счастье другим людям и благо родной земле. Для этого все участники СЗТ должны знать о признаках экотуризма и стремиться вести свое хозяйство сообразно с ними. Ориентация на экотуризм имеет ряд преимуществ перед традиционным туризмом:

- экотуризм интересуются горожане, имеющие интерес к природе и культуре местного населения. Это культурные люди, с которыми легко строить отношения;
- экотуризм поддерживается благотворительными фондами, к которым можно обратиться с заявкой на грант;
- экотуризм популярен на Западе, поэтому на Ваше предложение могут откликнуться и иностранные туристы.

Наш голубой Алтай, мир его хребтов, рек, озер – хрупкая экологическая система, которая по геологическим меркам очень молода. Поэтому,



как растущий молодой человеческий организм, она уязвима и нуждается в особенно бережном обращении. Люди, живущие на этой территории, должны вести себя так, чтобы не нарушить природное равновесие. Всякая хозяйственная деятельность на таких территориях должна быть экологичной, т. е. безвредной для природы. Это означает, что нам следует:

- принимать небольшие группы туристов для спокойного познавательного и созерцательного отдыха;
- ставить целью отдыха для туристов не обилие впечатлений, а приобретение глубоких знаний об Алтае, его природе и культуре;
- гибко планировать программу отдыха, вносить изменения по желанию туристов;
- во время экскурсий и активных маршрутов не допускать спешки, дать возможность туристам насладиться природой;
- прокладывать маршруты экскурсий и туров по интересным и экологически благоприятным природным и культурным ландшафтам;
- включать в программу экскурсий и туров посещение учебных экологических троп, природоведческих, краеведческих музеев, экотехнологических хозяйств и непременно знакомить с местными экологическими проблемами;
- включать в программу тура и экскурсий знакомство с традиционными формами природопользования местных жителей;
- использовать, по возможности, экологичный транспорт (лошади, весельные лодки);
- автомобильный транспорт не является экологичным;
- кормить своих гостей пищей, приготовленной из местных продуктов;
- мусор не выбрасывать на общую помойку или свалку, а собирать и сортировать. Отдавать предпочтение многоразовым моющимся упаковкам, а не одноразовым;
- устраивать привалы и костры только в специально оборудованных местах;

- грибы, ягоды, цветы, лекарственные растения, любые природные сувениры собирать столько, в таких местах и в такое время, чтобы не нанести ущерб природе;
- не проводить охотничьих туров;
- при постройке нового дома для туристов располагать его так, чтобы он не нарушал естественный природный ландшафт и не обезобразивал его облик;
- строить дома, кемпинги для туристов из экологически безвредного материала;
- следить за экономией энергии, утилизировать вовремя отходы;
- привлекать для оказания дополнительных услуг своих односельчан, помогать им заработать, с уважением рассказывать туристам о местных бытовых и культурных традициях;
- собирать вместе с туристами мусор во время экскурсий, рассказывать об имеющихся экологических проблемах;
- платить спокойно положенные налоги в местный бюджет: ведь они используются, в том числе, для сохранения природы.

## **2.2. С чего начать**

Чтобы стать участником СЗТ, необходимо иметь ресурсы, желание трудиться в области оказания услуг отдыхающим и способность внимательно и доброжелательно отнестись к гостям.

Собственные ресурсы семьи могут быть следующими:

- собственный или арендованный жилой дом, расположенный в селе, который семья освобождает на период приема гостей, переселяясь в отдельное помещение недалеко от основного жилья;
- дом для туристов на земельном участке, отведенном под фермерское хозяйство;
- свободное помещение в доме хозяина, имеющее отдельный вход;
- достаточное количество посуды, постельного белья, мебели;
- приусадебный участок, хозяйство, лошади;
- транспортное средство (автомобиль, лодка, катамаран) для оказания транспортных, рыболовных, сплавных услуг;
- сенокосные угодья, пасека (для оказания экскурсионных услуг: участие в сенокосе, сбор трав, знакомство с пасекой, покупка меда на пасеке);
- умение ловить рыбу, находить грибы, разбираться в лекарственных травах (экскурсии);
- владение народными ремеслами и способность обучить других (для проведения мастер-классов);
- свободная рабочая сила;



- знание истории и культуры своего народа;
- знание природы Алтая, своей местности и ее достопримечательностей;
- знание иностранного языка;
- наличие телефона, компьютера, электронной почты.

Не обязательно сразу обладать всеми этими ресурсами. Оказывать услуги и организовать рабочее место можно и на базе одного – двух из них.

При серьезном желании заниматься организацией сельского туризма надо быть готовым:

- зарегистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя или уведомить налоговую инспекцию о начале деятельности по приему туристов;

- регулярно повышать свой профессиональный уровень путем обучения на соответствующих курсах, семинарах, чтения специализированных изданий и систематически повышать профессиональную квалификацию семьи;

- управлять своим делом через четкое распределение обязанностей в семье (ведение бухгалтерии, уборка помещений, приготовление пищи, уход за приусадебным участком, закуп необходимых товаров и оборудования, связь с партнерами по делу, изготовление рекламной продукции и пр.);

- навести порядок на приусадебном и прилегающем к дому участке;

- улучшить благоустройство жилого дома для гостей;

- разработать неповторимые экскурсии для гостей;

- организовать для гостей дополнительные услуги: копчение рыбы и мяса, выпечка тортов, домашнего хлеба, изготовление домашнего сыра, вина, транспортные услуги, проведение рыбалки и пр.;

- выращивать разнообразные овощи, обеспечить гостей качественным и вкусным питанием;

- разобраться в законодательстве в области туризма, частного предпринимательства, страхования ответственности, санитарно-гигиенических и противопожарных правилах;

- получить необходимые разрешительные документы на работу, если этого требует законодательство.

Что понимается под способностью внимательно и доброжелательно отнестись к гостям?

- Способность проявлять гибкость и быстро вносить изменения в оборудование дома в зависимости от состава группы гостей (установить детскую кровать, сделать пандусы для перемещения инвалидной коляски, установить или убрать спальные места, обеспечить шампунями и пр.).

- Способность договориться с другими сельчанам об оказании дополнительных услуг гостям, если эти услуги не оказываются централизованно и принимающая семья тоже не может их оказать.

- Умение разрешать конфликтные ситуации (искать и находить причину неприятности в себе).

- Способность поддерживать доброжелательную атмосферу в своем гостевом доме.

- Внимание к малейшей просьбе гостей (сменить лишний раз полотенце, просушить подмоченное ребенком белье, подтереть пол и пр.).

- Способность принять к сведению любое замечание гостей, анализировать его, извлекая пользу для дела.

Под качеством услуг понимается в туризме не высокая стоимость и красочный вид мебели и предметов интерьера, а **внимание к мелочам** (чистота в помещении, наличие всего необходимого под рукой, быстрота выполнения просьб клиента, своевременное информирование, учет особенностей питания, доброжелательность и пр.). Качественно обслужить трех – семерых человек.

Мы советуем желающим заняться сельским туризмом поразмышлять всей семьей над сказанным выше, «примерить» это к своей семье, поста-



вить конкретные цели перед каждым членом семейной команды. Не надо бояться, что это будет слишком сложно. Наши сельские жительницы умеют наилучшим способом принимать гостей, они делают это всю свою жизнь. Теперь надо научиться делать это за деньги. Услуги СЗТ будут востребованы, пока существуют на планете города. Утомленной городской душе необходим спокойный отдых рядом с природой, во время которого о человеке кто-то бы незаметно и сердечно заботился.

Если Вы решили стать участником СЗТ, то необходимо осознать свои обязанности.

А они таковы:

- надо создать легальную правовую базу для осуществления предпринимательской деятельности;
- обеспечивать соответствие своего дела санитарным и противопожарным требованиям;
- нести ответственность за качество своей работы и соблюдение договорных обязательств;
- своевременно оплачивать налоги и отчитываться перед налоговой инспекцией.

В ответ участник СЗТ приобретает следующие права:

- получать необходимую информацию для правильного ведения своей предпринимательской деятельности;
- открыто заниматься продвижением своего дела;
- заключать договоры, в том числе трудовые;
- входить в объединения предпринимателей;
- получать гранты и кредиты для развития своего дела.

Возможно, эти рекомендации покажутся некоторым людям очевидными и поэтому ненужными. Но поскольку наша книга адресована прежде всего людям, только начинающим собственное предпринимательское дело в туризме, мы сочли необходимым привести эту информацию.

### **2.3. Организация экскурсий и досуга**

Не каждая семья, имеющая гостевой дом, может оказывать экскурсионные услуги, а гостям это необходимо. Ведь они приезжают не только кушать и спать, но и получить новые впечатления. Это достигается общением с природой и участием в разных культурных мероприятиях.

В настоящее время в тех районах, где уже выстроился ежегодный турпоток, есть природные объекты, на экскурсию к которым каждая гостиница и туркомплекс водят своих гостей. Можно, конечно, порекомендовать гостям выбрать такие экскурсии на близлежащих турбазах, сообщив им телефоны этих организаций. Но в этом случае уплаченные ими деньги

будут доходом организаций, которые не принадлежат местным жителям, и жизнь в них течет в городском ритме.

С нашей точки зрения, так поступать неразумно. Горожанам надо показывать мир сельских жителей. Это прогулки в лес, посещение пасеки, участие в сенокосе, сбор ягод и изготовление варенья из них, сбор и сушка трав, заготовка веников, посиделки по вечерам (с элементами народной культуры), знакомство с крестьянским подворьем, уход за домашними животными, овладение основами народных ремесел, знакомство с национальной кухней и многое другое.

Любой пункт из названных может стать услугой и основой для рабочего места.

Одним из видов обслуживания туристов является конный прокат. На лошадках можно совершить в повозке однодневные экскурсии, полные сельского очарования, а можно и просто поучиться кататься верхом. Любое предложение найдет своих клиентов. В этом виде деятельности надо обратить особое внимание на безопасность клиентов.

Одним из любимых многими видов отдыха является рыбалка. Порыбачить можно на удаленной горной речке, а также можно сделать это неподалеку от гостевого дома. Оба варианта доставят посетителям удовольствие. Хозяину нужно будет позаботиться о наличии рыболовных снастей

Во всех районах Республики Алтай можно совершать поездки к целебным ключам, к сакральным природным объектам, на водопады, в пещеры, в удивительные по красоте речные долины. Размеренность, аккуратность в обслуживании, ненавязчивая забота о гостях, горячий обед на костре сделают все поездки незабываемыми.

В нашей республике одним из популярных занятий для туристов являются сплавы по горным рекам. Такие сплавы можно организовать в любом районе республики, но подготовка к ним требует существенных затрат (приобретение сплавного средства, его регистрация, приобретение гидрокостюмов, прием на работу опытных сплавщиков).





Недостаточно в нашей республике оказывается услуг в сфере народной культуры. И здесь можно организовать множество ярких событий для туристов, а вместе с тем и создать рабочие места для местного населения. В развитых странах культура давно является отраслью экономики. Эта экономическая ниша у нас пока свободна. И сельские жители могут ее занять.

Создание рабочего места в сфере досуговых услуг тоже требует регистрации предпринимательской деятельности. Конечно, надо заранее продумать весь процесс оказания услуги, просчитать все затраты, определить цену на услугу, предложить пробную бесплатную экскурсию работникам и клиентам близлежащих турбаз и гостевых домов. И уже потом регистрировать предпринимательство и начинать рекламу услуг.

Кроме экскурсионной деятельности сфера СЗТ предполагает широкие возможности в системе общественного питания, технического обслуживания автомобилей, информирования туристов.





## 3. РАЗМЕЩЕНИЕ ТУРИСТОВ

---

### 3.1. Требования туристов к размещению

Поскольку на отдых в деревню приезжают жители городов, то они ожидают такого же уровня комфорта жилья, к которому привыкли дома. К сожалению, большинство гостевых домов в нашей республике не могут предоставить такой уровень размещения, поскольку дома неблагоустроены.

Новичкам в СЗТ не стоит отчаиваться по этому поводу. Наш опыт показал, что благоустроенность не столь важна, если усадьба находится в живописном месте, если рядом протекает чистая речка или недалеко лес, если хозяева приветливы, а пища вкусная и здоровая, если созданы условия для получения всех других услуг. Туалет во дворе с сидением, закрывающимся крышкой для унитаза, построенный с учетом привычек городских гостей и с отсутствием неприятного запаха вполне заменяет летом водный туалет в городской квартире. Умыться в саду из простого рукомойника даже более приятно, чем в раковине с проточной водой. Пообедать за столом среди деревьев, созерцая цветы, аккуратные грядки и вдыхая ароматный воздух, куда лучше, чем в закрытой кухне среди пластиковой мебели.

Выспаться «досыта» можно и в скромной чистой комнате, где на полу лежат домотканые дорожки, свежий ветер колышет симпатичные ситцевые занавески на окнах и дверь выводит прямо на залитую солнцем зеленую лужайку. А дорогостоящая машина гостя может спокойно стоять на приусадебном участке под охраной хозяйской собачки.

Мы не сомневаемся, что по прошествии четырех – шести лет работы хозяева непременно повысят уровень благоустройства своего дома, тем самым создавая более комфортные условия жизни для самих себя и освобождая время для других интересных дел. У нас в республике так и произошло. Те сельчане, которым под силу сразу построить благоустроенное жилье, находятся на старте в более хороших условиях, но это не означает, что по прошествии тех же четырех – шести лет у них будет стабильный



поток туристов и жизнь без проблем. Все зависит от отношения к людям туристам и деловым партнерам.

СЗТ развит во многих странах. Это очень востребованный горожанами вид отдыха. Европейское население уже давно оценило неторопливый отдых в деревне вблизи природы, когда можно пообщаться с домашними животными, поработать в удовольствие в саду, принять посильное участие в сенокосе, вдоволь накупаться в небольшой теплой речушке, безопасной даже для самых маленьких ребятишек, попить парного молочка, съесть на завтрак вкуснейший домашний творог или сыр. Деревня до сих пор таит много милых сердцу прелестей.

В разных странах существуют разные классификации сельских средств размещения туристов. Категорию этих средств размещения обозначают звездочками, колосками, аистами, просто номерами. Разделение на категории придумано для удобств клиентов и тех организаций, которые занимаются рекламой услуг СЗТ. В этих странах правители давно догадались, что СЗТ – это замечательная палочка-выручалочка для сельских территорий. Он автоматически вызывает рост других отраслей экономики, как только в регионе появляются платежеспособные туристы. Во всех европейских странах развитием и координацией действий в СЗТ занимаются организации, которые частично финансируются государством. Ведь эти организации решают государственную задачу – создают громадное количество рабочих мест. Такие центральные организации оказывают консультативную помощь начинающим, проводят обучение основам работы в турбизнесе, помогают получить кредиты на реконструкцию жилья и оказывают множество других очень важных услуг населению. Но их самое главное дело состоит в том, что они продвигают на туристический рынок все многообразие услуг многочисленных объектов СЗТ. Вот для этого требуется их все как-то систематизировать, отсюда появились различные категории.

В нашей республике пока нет такой организации, поэтому не имеет смысла какая-либо категоризация. Важно, чтобы каждый владелец гостевого дома размещал правдивую рекламу и стремился создать качественные услуги по доступным для большинства горожан ценам.



### **3.2. Создание гостевого дома**

Поскольку большинство сельских жителей использует собственное жилье для приема туристов, то каких-либо определенных требований в законодательстве не существует, кроме требований пожарной безопасности. Тем не менее, если Вы готовитесь реконструировать дом для будущей деятельности в СЗТ или просто подготовить его к летнему туристическому сезону, рекомендуем учесть такие факты нашего опыта:

1) нужно выяснить, какие ограничения на размеры подобных гостиниц существуют в Вашем регионе. В законе о туризме Республики Алтай сказано, что под сельской гостиницей понимается средство размещения, расположенное в сельской местности, владельцем которого является зарегистрированный в данной местности человек и размер спальных помещений которого не превышает 100 кв.м. Если общий размер спальных помещений превышает 100 кв.м, то это уже не сельский гостевой дом, а мини-гостиница, к которой предъявляются повышенные требования со стороны контролирующих организаций;

2) жилье, по возможности, должно находиться в живописном месте недалеко от водоема. Таким жильем может стать дом в деревне, дом или кемпинг на пасеке, дом или кемпинг на ферме. Гостевой дом будет работать более эффективно, если он расположен в популярном для туристов месте с сильным природным «магнитом» (легендарной горой, водопадом, красивым водоемом, сильной рекой и пр.). Нежелательно наличие поблизости производственных объектов, навозных куч, разрушенных строений, источников постоянного и громкого шума и неприятного запаха. К усадьбе должна вести безопасная и достаточная широкая для проезда легковых машин дорога. Как показал наш опыт, при хорошей работе владельцев гостевого дома он пользуется не меньшим спросом, даже если расположен не в очень живописном месте;

3) на участке должно быть предусмотрено место для парковки автомобилей гостей. Желательно изготовить для парковки навес, который защитит машину от дождя и солнца. Хозяин гостевого дома несет ответственность за сохранность автотранспорта, оставленного на участке. Должен быть приведен в порядок подъезд к гостевому дому (грунтовое, асфальтовое или другое покрытие, не допускающее скопления грязи и луж);

4) жилье для туристов должно быть отдельным от жилья хозяина. Если туристам предоставляется отдельная комната в доме, то у нее должен быть отдельный вход со двора. Если туристам предоставляется отдельный дом, то хозяину лучше проживать в другом строении в некотором отдалении на участке. Всем членам семьи нужно принять тот факт, что дом перестает принадлежать им, когда сдается. Входить без разрешения гостей в дом нельзя. Все посещения дома без гостей в целях уборки оговори-

ваются хозяйкой заранее. Имущество гостей во время уборки нельзя переставлять на другое место;

5) спальня лучше делать двухместными с 1-2 раскладными креслами. В этом случае можно легко разместить как двух гостей, так и семью с двумя детьми. Кровати лучше иметь односпальные, которые можно легко сдвинуть и сделать одной двуспальной. В спальнях рекомендуется иметь форточки в окнах и закрывающуюся на замок дверь. Во многих селах нашей республики не принято иметь форточки и внутренние двери, но для туристов это важно. Минимальные размеры спальных помещений: для односпальной комнаты – 5 кв.м, для двуспальной комнаты – 12 кв.м. Размеры односпальной кровати – не менее 80см на 190 см, двуспальной – не менее 140 см на 190 см. В спальне должны также быть стол, стулья по числу гостей, шкаф или вешалка для верхней одежды, прикроватные тумбочки, зеркало, настольные лампы, на полу – дорожка или ковер. Уборку помещений следует производить ежедневно во время отсутствия гостей, постельное белье меняется 1 раз в неделю и перед каждым приездом новых гостей. Советуем исключить спальни более чем на 4 человека. Все кровати в таких комнатах должны быть одноместные, если такие комнаты предлагаются;

6) кухня для приготовления пищи туристами тоже не должна быть общей с хозяйской. Либо это отдельная комната со всем необходимым оборудованием (рабочий стол, плита, холодильник, шкафы с кухонной и столовой посудой, шкаф для продуктов, раковина для мытья посуды, умывальник, стулья по числу гостей), либо это кухонный уголок также со всем необходимым. У нас принято, что гости сами моют посуду, если они готовят пищу. Если пищу готовит хозяйка дома, то она делает это на своей кухне и приносит гостям в комнату, дом или накрывает стол в саду, убирает после еды посуду и моет ее. Желательно предусмотреть на кухне стеклянные банки, крышки и закаточные машинки для заготовки овощей и фруктов, сушилку для трав, овощей, грибов и фруктов. Поскольку дом для туристов часто неблагоустроен, то раковины для мытья посуды на кухне могут не иметь слива. В этом случае настоятельно рекомендуем сделать простейшую закрытую землей сливную яму рядом с домом, вывести туда трубу от раковины, чтобы ликвидировать это неудобство для гостей;

7) необходимо иметь в доме или на участке место для общения – просторную столовую или полянку с костровищем, беседкой, мангалом;

8) требуется чистый, не переполненный туалет во дворе, с хорошей вентиляцией и туалетной бумагой, если дом неблагоустроенный. Недалеко от туалета надо повесить рукомойник с мылом и полотенцем и следить, чтобы в нем всегда была вода. Туалет ежедневно утром моется. Если возможно, оборудуйте в доме хорошо звукоизолированное помещение с биотуалетом;

9) баня должна быть в идеально чистом состоянии с тазами, вениками. При строительстве отдельной бани для гостей лучше сразу предусмотреть отдельную парилку и комнату отдыха. Перед каждым заездом проводить тщательную уборку бани с применением дезинфицирующих веществ;

10) обязательно оборудуется место для умывания в доме, у дома или у реки с туалетным мылом и полотенцем;

11) необходим чистый, ухоженный, незахламленный участок с отремонтированными дорожками, засаженный цветами и овощами. Если туристы готовят пищу сами, то в стоимость проживания рекомендуем включать зелень в достаточном количестве (зеленый лук, укроп, петрушка, сельдерей, салат, шпинат и др.), поэтому необходимо высадить ранние зеленные овощи;

12) требуется чистая дорожка к реке и близлежащему роднику (свободная от крапивы, битого стекла и металлолома). Необходимо благоустроить эти дорожки, чтобы они были безопасны также в ночное время;

13) хозяйка, которая готовит пищу для туристов, должна иметь санитарную книжку. Рекомендуем также получить в местной администрации справку о принадлежности семье и состоянии здоровья скота, кроликов, птицы при реализации продукции собственного производства гостям;

14) рекомендуем иметь в доме медицинскую аптечку с достаточным количеством перевязочного материала;

15) рекомендуем также разместить недалеко от гостевого дома пожарный щит с необходимыми инструментами для тушения пожара и песком. Огнетушитель необходимо разместить в доме.

### **3.3. Процесс обслуживания туристов**

Процесс обслуживания туристов может быть разделен на четыре фазы: до прибытия, при прибытии, во время пребывания и во время отъезда. В каждой из этих фаз хозяин или обслуживающий персонал должны выполнять разные обязанности.

**До прибытия:** предоставление информации, принятие заказа, резервирование (бронирование).

**При прибытии:** осмотр дома или комнаты, доставка багажа в комнату, регистрация, выдача ключей, ознакомление гостей с внутренним распорядком, прием платы за проживание.

**Во время пребывания:** различные профессиональные и дополнительные услуги.

**Во время отъезда:** оплата дополнительных услуг, освобождение комнаты, вынос багажа.

Рассмотрим подробнее каждую из фаз обслуживания.

#### **Обслуживание гостей до прибытия**

До прибытия будущий гость может связаться с хозяином по телефону,

электронной почте, факсу или просто по почте. Этот первый контакт с хозяином обычно определяет решение туриста, останавливаться в этом месте или нет. Поэтому очень важно поступать так:

- отвечать на каждый запрос, даже если у Вас в данный момент нет возможности принять гостя. Например, если получили запрос по почте, то Вы должны отправить ответ;

- при запросах по электронной почте отвечайте быстро (в течение 2-3 часов). Если Вы опаздываете с ответом, то производите плохое первое впечатление, и турист может решить поехать куда-либо в другое место. Если он получает быстрый ответ, то чувствует себя желанным гостем и, скорее всего, зарезервирует номер;

- если Вы принимаете заказ по телефону, то следует быть очень точным и вежливым. Рекомендуется предварительно подготовить лист заявки, который будет напоминать Вам о важных вопросах, которые необходимо задать;

- когда Вы получили заказ, Вы должны забронировать комнату и сделать соответствующую отметку в листе по бронированию; в противном случае можете об этом забыть и дважды зарезервировать одну и ту же комнату;

- если Вам звонит представитель партнерской турфирмы и спрашивает о возможности размещения туристов, следует помнить, какие заказы уже сделаны, и незамедлительно ответить на любой вопрос турфирмы. Если Вы не помните, то говорите, что позвоните сами через 3 минуты, и сделайте это.

- **ВАЖНО!** Не просите перезвонить Вам через пару минут. В туризме при ведении телефонных переговоров принято такое правило: стороны обмениваются звонками по очереди. Это означает равное несение затрат по переговорам. И это справедливо.

- если Вы собираетесь отсутствовать какое-то время и будете недосыгаемы для телефонных звонков, то Вам необходимо оставить вместо себя другого человека, проинформировав его полностью о состоянии бронирования дома, или сообщить своему деловому партнеру, что до такого-то числа он сам принимает решение о загрузке гостевого дома; если клиент заказывает приготовление пищи хозяйкой гостевого дома, то поинтересуйтесь привычками питания, обсудите меню на первый день;

- уточните при заявке, необходимо ли в день приезда приготовить баню и к какому часу;

- поинтересуйтесь временем прибытия клиентов и составом группы;

- если есть возможность, отправьте электронной почтой клиенту договор оказания услуг, чтобы он мог познакомиться со всеми условиями заранее и внести поправки, если пожелает;

- если заявка поступает за 10 дней и более, можно попросить клиента о предоплате услуг размещения. Для этого в договоре должны быть указаны реквизиты для перечисления и сумма оплаты. Это освободит хозяина от беспокойств из-за возможного незаезда клиента.

### ***Обслуживание гостей во время прибытия***

Каждое утро проверяйте заявочный лист, на котором собрана вся информация о прибывающей сегодня группе. Это необходимо для напоминания себе о том, какие договоренности были об обслуживании этой группы.Guests можно встречать не только у своего дома, но и на автобусной остановке, если туристы едут на общественном транспорте.

Будьте приветливы и обходительны, встречая гостей. Помните о том, насколько важно первое впечатление. Большинство людей делают свои выводы в первые несколько секунд. Необходимо поздороваться и представиться.

Пригласите гостей в дом и покажите его. Удостоверившись, что гости остались довольны, откройте ворота, чтобы машина гостей въехала на участок, и предложите им помочь внести багаж в дом.

Дальше необходимо попросить старшего группы предъявить паспорт. Зарегистрируйте гостей в своей книге учета. Поскольку предварительно уже велись переговоры, то телефон гостя известен, его необходимо тоже вписать.

Далее необходимо всем членам группы показать особенности дверных замков, где находится туалет, где стоит мусорное ведро и пр. Поинтересуйтесь привычками питания, если пищу будет готовить хозяйка гостевого дома (если группа прибыла без заявки).

Обратите внимание гостей на полочку, где лежит необходимая для них информация (правила проживания, информация о дополнительных услугах, договор с гостем, информация об экскурсионных возможностях места проживания и пр.). Порекомендуйте всем ознакомиться с ней (примеры такой информации представлены в приложении).

Договоритесь с гостями о периодичности уборки гостевого дома. Вручите ключи от дома старшему группы и оставьте гостей одних.

**ВАЖНО!** Не рекомендуется сдавать дом одновременно двум-трем разным семьям, если они друг с другом не знакомы. Это нарушит уединение, ради которого, возможно, люди предприняли поездку. Если заявка принята, то свое решение сдать дом маленькой группе надо сдерживать, даже если позже поступила более выгодная заявка на эти же даты.

### ***Обслуживание гостей во время их пребывания***

#### ***Проживание***

Особенности подготовки дома для проживания гостей уже подробно освещены в главе «Создание гостевого дома». Отдельно хочется обсудить

вопрос о наличии в гостевом доме хозяйских домашних животных. Некоторые туристы, особенно иностранные гости, считают, что домашние животные не должны находиться в комнате, особенно во время еды. Иногда гости страдают аллергическими реакциями на шерсть кошек и собак. В этих случаях во время проживания туристов надо удалять домашних животных за пределы помещения. Лучше выяснить этот вопрос до прибытия туриста.

Если гости желают привезти с собой своих домашних животных, то они должны предварительно уведомить об этом хозяев и получить на это согласие.

О предлагаемых дополнительных услугах гостевого дома переговорите с гостями во время своего следующего визита к ним, обсудите вместе предстоящие экскурсии.

**ВАЖНО!** Для обеспечения конкурентоспособности гостевых домов с многочисленными туркомплексами на территории Республики Алтай рекомендуем их владельцам договориться между собой о минимальном наборе услуг, оказание которых владельцем обязательно: это проживание, предоставление оборудованной кухни, топка бани 1 раз (если оплачено не менее трех дней проживания и в доме нет душа), парковка автомобиля на территории приусадебного участка, зелень с грядки, если гости готовят пищу сами. Все эти услуги должны входить в стоимость проживания.

Остальные платные услуги могут считаться дополнительными, они необходимы для повышения конкурентоспособности. Состав дополнительных услуг определяется каждым владельцем самостоятельно в зависимости от его ресурсов и спроса со стороны клиента. Основные виды дополнительных услуг гостевых домов представлены в приложении «Дополнительные услуги».

#### *Безопасность*

Понятие «безопасность клиента» относится практически ко всем сторонам деятельности гостевого дома. После впечатлений, полученных от посещения привлекательных мест, для любого туриста вторым условием качественного путешествия является его собственная и имущественная безопасность.

Безопасность клиентов гостевого дома обеспечивается внешними и внутренними факторами. Внешние факторы не зависят от владельцев. К ним относятся общая политическая и социально-экономическая среда ведения бизнеса, уровень преступности в стране в целом и регионе в частности. Нет такой страны, в которой абсолютно нет преступности. Предрасположенность к кражам и хулиганству не зависит от национальности, а определяется социальной средой, в которой проживает население.

Сельские гостевые дома более безопасны, чем городские гостиницы. Как правило, в сельской местности уровень преступности гораздо ниже, чем в городах.



Внутренние факторы безопасности полностью зависят от владельцев гостевого дома. К ним обычно относятся вопросы безопасного проживания клиентов, соблюдение санитарно-гигиенических требований при приготовлении еды и покупке продуктов питания, обеспечение в доме локальной противопожарной и противозидемической безопасности, соблюдение техники безопасности при пользовании бытовыми электроприборами.

Имущественная безопасность обеспечивается условиями договора между сторонами.

**ВАЖНО!** Хозяева несут ответственность за сохранность имущества гостей, а гости несут ответственность за сохранность имущества хозяев и возмещают его стоимость при нанесении ущерба.

Кроме того, владельцу гостевого дома рекомендуется застраховать свое дело от непредвиденных случаев. В ряде стран, где широко практикуется сельский туризм, местные власти требуют от владельцев гостевых домов наличие страховки на случай, если турист подверг свою жизнь и имущество опасности по вине или из-за бездействия владельца. За счет таких страховок возмещается ущерб, нанесенный гостям по вине владельца, оплачиваются рекламации турагента или туроператора к владельцам.

Такое страхование возможно и у нас. Конечно, страхование гражданской ответственности увеличивает затраты владельца жилья, но и повышает привлекательность его гостевого дома. Можно объединиться несколькими владельцами и заключить коллективную страховку, которая намного дешевле.

### ***Обслуживание гостей во время отъезда***

Гости должны выехать в оговоренное заранее время, если только не было другой предварительной договоренности. Если они хотят провести остаток дня в Вашей местности, то можно предложить им специальную комнату для хранения их багажа.

Когда помогаете гостям выезжать, не забудьте:

- поблагодарить их за визит;
- попросить их заполнить анкеты (или выслушать их лично). Образец анкеты имеется в приложении для владельцев жилья;
- забрать ключи;
- проверить счет вместе с гостем и принять деньги за дополнительные услуги;
- выдать необходимые расчетные документы по просьбе гостя;
- проверить, не оставил ли гость какие-либо личные вещи;
- помочь вынести багаж из комнаты;
- спросить, не нужно ли их подвезти;
- спросить, не планируют ли они приехать еще раз;
- проводить их до транспорта и пожелать им счастливого пути домой.

## 4. ОРГАНИЗАЦИЯ ПИТАНИЯ ТУРИСТОВ

---

Большинство сельских жителей, которые предоставляют услуги проживания, организуют и питание для туристов наравне с ночлегом. Хозяевам выгодно организовать питание для туристов: предоставление ночлега и питания более прибыльно, чем только ночлега. Более того, приготовление еды не требует больших инвестиций, но создает приятную дополнительную услугу для туриста. В особенности иностранные туристы привыкли получать завтрак в том же средстве размещения, в каком остановились, поэтому они ожидают этого и в Республике Алтай. Может также случиться, что других возможностей обеспечить туриста питанием не представится.

### 4.1. Требования к организации питания гостей

#### 4.1.1. Требования к санитарной гигиене

Безопасность пищи чрезвычайно важна. Если гость заболит от съеденной пищи или выпитых напитков, это, вероятнее всего, испортит весь его отпуск. В данном случае репутация гостевого дома будет погублена.



Следует помнить, что предлагаемая Вами пища и вода могут отличаться от привычной для туристов, прибывших из других регионов. Вместе с тем будет расти восприимчивость и уязвимость гостей и состояния их здоровья: их иммунитет к инфекциям на новом месте гораздо ниже, чем у местного населения. Отсутствие должного внимания с Вашей стороны к этому фактору заставит гостей почувствовать острый дискомфорт, так как пища является ключевым фактором обеспечения жизни и здоровья человека.

Безопасность пищи не требует больших денежных затрат. В основном она зависит от свежести продуктов и способа приготовления еды. Существует четыре фактора, о которых нужно всегда помнить при обеспечении безопасности пищи:

чистка, тепловая обработка, охлаждение и заражение. Эти четыре фактора и основные действия, связанные с ними, объясняются в деталях ниже.

Упаковочные материалы, оборудование, тара, посуда, запасы и другие предметы, имеющие непосредственный контакт с пищей, не должны ее загрязнять, делать опасной для здоровья или непригодной для употребления.

Мытье, чистка и дезинфекция помещений, оборудования, посуды и инструментов должны производиться только с подходящими для этих целей химическими веществами.

**ВАЖНО!** Персонал, работающий на кухне, должен проходить регулярный медосмотр и иметь санитарные книжки.

### **Чистка**

Чистка избавляет от бактерий, которые могли бы попасть в пищу, на руках, оборудовании и поверхностях. К ней можно отнести мытье рук с горячей водой и мылом до начала приготовления еды, после использования туалета, после чихания, прикосновения к волосам, опустошения мусорных корзин, после курения. Кроме того, к чистке относится и уборка помещения для приготовления пищи (мытьё полов и рабочих поверхностей), использование защитной сетки от мух и других насекомых, хранение пищи в надлежащих условиях, чтобы избежать доступа к ней насекомых и грызунов.

Обслуживая гостей во время еды, необходимо использовать кухонные принадлежности, стараясь, по возможности, не прикасаться к еде руками во время ее подачи. Всегда накрывайте нарезанные куски пищевой пленкой или тканевой салфеткой. Никогда не используйте поломанную и надтреснутую посуду. Перед тем, как подавать на стол овощи и фрукты, необходимо убедиться, что они тщательно вымыты.

### **Тепловая обработка**

Соответствующая тепловая обработка убивает болезнетворные бактерии.

При приготовлении пищи будьте особенно внимательны, проверяя готовность мяса. Хорошо приготовленное мясо в середине не должно быть розовым, а его сок должен быть прозрачным при нажатии на мякоть вилкой. Единственным исключением из этого правила являются мясо ягненка и говядина (кроме рубленого или свернутого мяса), которые некоторые гости предпочитают слегка розоватым в середине и которые безопасны для подачи таким образом.

Молоко должно быть прокипячено до подачи на стол.

Подавайте пищу сразу после приготовления. Если еда не может быть съедена сразу же и хранится горячей, то она должна оставаться достаточно горячей (свыше 63°C) во избежание размножения бактерий. Никогда не подогревайте еду более одного раза. Удостоверьтесь, что разогреваете пищу очень хорошо.

Есть несколько основных правил и при размораживании пищи. Для размораживания необходимо поместить пищу в таре на нижней полке холодильника. Никогда не замораживайте снова после разморозки. Убедитесь, что продукты были полностью разморожены до приготовления.

### **Охлаждение**

Охлаждение продлевает жизнь пище и напиткам, так как бактерии не могут размножаться.

Когда занимаетесь покупками, то закупайте замороженные продукты последними. Придя домой, сразу же положите их в морозильник. Такой продукт, как яйца, должен храниться исключительно в холодильнике. Некоторые продукты питания должны храниться в холодильнике после распаковки; проверьте, нет ли информации об этом на этикетках. Переложите продукты из открытых жестяных консервных банок (жесть может начать ржаветь, отравляя пищу) в воздухонепроницаемый контейнер. Сократите до минимума время, когда охлажденные продукты находятся вне холодильника во время приготовления пищи. Холодная пища должна храниться при температуре не выше 8°C. Обязательно следите за сроком годности продуктов.

Температура в самой холодной части холодильника не должна быть выше плюс 5°C, в морозильнике – ниже минус 18°C. Для проверки температуры используйте термометр. Размораживайте регулярно, проверяйте, плотно ли закрываются дверцы камер. Избегайте переполненности холодильника.

Ни в коем случае не ставьте горячую пищу сразу в холодильник. Убедитесь, что она остыла, и поставьте в холодильник в течение двух часов с момента приготовления. Можно немного ускорить охлаждение путем деления пищи на более мелкие порции или поместив ее в плоскую посуду.

### ***Заражение***

Заражение – это передача бактерий от одного продукта к другому (обычно сырых).

Чаще всего это происходит, когда:

- сырые продукты соприкасаются или смешиваются с другими продуктами (например, мясной сок капает в салат, который затем заражается);
- сырой продукт соприкасается/капает на оборудование или поверхность (например, сырое мясо было разрезано на доске, следовательно, доска, нож и руки заражены, и бактерии затем могут попасть с любого из этих предметов, если их не вымыть, в остальную пищу).

Поэтому необходимо соблюдать следующие основные правила:

- сырые и готовые к употреблению продукты должны храниться отдельно;
- храните сырые продукты в закрытых контейнерах на нижней полке холодильника, чтобы исключить соприкосновение с другими продуктами;
- храните сырые и готовые к употреблению продукты отдельно в течение всего периода приготовления;
- используйте разные разделочные доски для сырых и готовых к употреблению продуктов (разделочные доски разного цвета помогут Вам не забыть, какая из них предназначена для разделки каких продуктов);
- после использования кухонной утвари, тарелок или чашек для сы-

рых продуктов не используйте их же для подачи готовой пищи без предварительного мытья.

**ВАЖНО!** Мойте руки с мылом каждый раз после работы с сырыми продуктами.

Также при приготовлении пищи и взаимодействии с продуктами питания необходимо тщательно соблюдать правила личной гигиены. Носите безопасную, удобную и чистую обувь. Следите за ногтями. Избегайте заметного макияжа, парфюмерии с сильным запахом. Если у Вас длинные волосы, то завяжите их и накройте платком или чепчиком.

Все вышеперечисленные правила являются элементарными требованиями к гигиене и должны выполняться любым человеком. Как хозяин или хозяйка дома, которые принимают гостей и получают за это оплату, Вы несете дополнительную ответственность за соблюдение этих пунктов как Вами лично, так и членами Вашей семьи.

#### 4.1.2. Требования к приготовлению пищи

Если пища может вызвать болезнь или нанести еще какой-либо вред здоровью человека; если она непригодна к потреблению из-за ухудшения качества, плохого приготовления или по другим причинам, **то она не может быть предложена гостям.**

Вам следует использовать пищевые продукты и продовольствие только высокого качества. Вы можете использовать только те продукты, которые не вредны для здоровья человека.

Пищу, кулинарные и кондитерские изделия необходимо готовить в таком количестве, которое может быть съедено за один раз.

#### 4.1.3. Минимальные требования к кухне и столовой

В предприятиях типа гостевого дома столовая комната должна быть отдельным помещением, приспособленным для сервировки завтрака для всех гостей в одно и то же время. Однако, при необходимости, возможно сочетание комнаты отдыха и столовой или столовой и кухни в одной комнате.

**Кухня** представляет собой помещение с оборудованием для приготовления и хранения пищи. Она должна соответствовать нормам санитарной гигиены.

Минимальный набор кухонной утвари и оборудования включает в себя:

- буфет;
- полки для посуды и столовых приборов;
- холодильник;
- стол для приготовления пищи;
- оборудование для варки, жарки и выпечки;
- раковину с холодной и горячей водой;

- корзину для мусора и отходов.

На кухне должно быть достаточно посуды и кухонных принадлежностей для обслуживания всех гостей одновременно. Минимальный набор посуды и столовых приборов (на одного человека) следующий:

- глубокая тарелка для супа (диаметром 20-24 см);
- плоская тарелка для основного блюда (диаметром 24 см);
- маленькая закусочная тарелка (диаметром 20 см);
- маленькая тарелка для хлеба (диаметром 17,5 см);
- чайная чашка с блюдцем, стакан;
- нож, вилка, столовая ложка, чайная ложка.

## **4.2. Оказание услуг питания**

### **4.2.1. Общие принципы**

Что подавать к столу?

Выбор блюд для подачи к столу обуславливается рядом факторов.

#### ***Доступность***

Некоторые виды продуктов питания сезонные. Постарайтесь продумать выбор блюд таким образом, чтобы их приготовление основывалось на широко распространенных продуктах и ингредиентах, так как это можно считать наиболее экономичным подходом.

#### ***Энергетическая и витаминная ценность***

Необходимо сделать выбор блюд как можно более разнообразным, чтобы удовлетворить физиологические потребности гостей (необходимое количество калорий) и обеспечить полезность для организма предлагаемых продуктов питания.

#### ***Отличительность***

Возможность попробовать что-то отличное от привычного, домашнего очень привлекает путешественников. Поэтому местные рецепты с использованием местных продуктов будут чрезвычайно важны в Вашем предприятии.

**ВАЖНО!** Кухня должна быть оригинальной и «гибкой». Значимость этой услуги трудно переоценить, поэтому хозяйке необходимо иметь знания о вегетарианском, раздельном, смешанном, диетическом, детском питании, сыроедении. Если есть своя фирменная изюминка – отлично!

#### ***Восприимчивость к другой культуре***

Несмотря на свою отличительность, пища должна быть, тем не менее, сбалансированной: нужно учитывать культурные особенности приезжающих гостей. Западные туристы могут посчитать употребление в пищу мяса определенных животных (например, лошади) или определенных их частей (например, требухи или головы) не очень приятным или даже кощунственным.

### ***Диетические требования***

Некоторые гости могут не есть определенные ингредиенты по причине здоровья, моральных или религиозных принципов в большей степени, чем из-за культурных различий. Гости с диетическими требованиями обычно информируют хозяев заранее и будут рады дать информацию о том, что им подходит, а что нет. Продумайте меню для вегетарианцев, ведь в наше время вегетарианство – распространенное явление.

Хозяинства гостевых домов имеют преимущество перед обычными гостиницами в организации питания, поскольку гостевой дом обслуживает ограниченное количество гостей. При этом можно учесть вкусы и желания каждого гостя в отдельности.

Важно избегать ситуаций, когда гостю предлагается что-то, чего он не может или не хочет есть. Это может поставить гостя в неловкое положение, так как обычно туристы не хотят обидеть хозяина. Это, вероятнее всего, вызовет замешательство хозяина и просто станет потерей продуктов.

Предоставляя гостям выбор, Вы можете избежать такого сценария. Пос-тановка нечеткого вопроса «Что Вы хотите на завтрак, обед или ужин?» не поможет. Более полезно будет спросить: «Есть ли что-то, что Вы не хотите есть?». Иностранцы туристы весьма разборчивы в еде. В каждой стране в силу географических, культурных, религиозных, исторических и иных факторов и традиций сложились определенные вкусы и культура потребления пищи. Например, американцы очень внимательно относятся к содержанию холестерина в продуктах питания, многие из них не употребляют молоко с жирностью 3,2% и выше. Японцы вместо хлеба употребляют рис. Для них рекомендуется варить рис японского производства, поскольку, по мнению японцев, его вкусовые качества выше, чем риса, выращенного в других странах.

Многие иностранцы предпочитают растительную (вегетарианскую) пищу, и обеспечить полноценное питание для них в алтайских условиях порой бывает трудно.

Вероисповедание гостей также налагает отпечаток на характер употребления пищи. Например, индусы не употребляют в пищу животных, а мусульмане и иудеи не едят свинину. Поэтому необходимо помнить следующие правила организации питания:

- узнайте пожелания гостя, зависит ли прием пищи от вероисповедания, стойкости к аллергенам и т.д.;
- информируйте гостей о своих фирменных домашних блюдах;
- заранее согласуйте с гостем предполагаемое меню;
- поможет также предоставление списка возможных блюд, из которых гость может выбрать что-то на его вкус. При составлении меню надо дать описание блюда, поскольку названия наших блюд ничего не говорят

туристу; краткое описание с ингредиентов пригодится при выборе пищи.

Если Вы выбираете местные рецепты или используете местные продукты, то это будет интересно для гостей, и Вы можете сказать им об этом.

На завтрак можно приготовить омлет или яичницу. Но американцы, как правило, яйца не едят или употребляют бесхолестериновые яйца (в Америке такие есть). Можно спросить у них, как приготовить - с желтком или без желтка, жарить или нет, с салатом или без (салат американцы утром чаще всего не едят).

Масло американцы наносят на хлеб очень тонким слоем. В пищу масло практически не употребляют. В Америке продаются бесхолестериновые маргарины, которых в Республике Алтай нет (не путать с суррогатами масла типа «Рама» и прочих).

Употреблять сметану американцы также избегают, так как, по их мнению, она содержит много холестерина. Можно использовать майонез. Популярны блины с медом и вареньем. Хлеб, если нет тостера, следует подогреть в духовке, но не пересушивать и не пережаривать. Популярны горячие бутерброды, можно запечь хлеб в духовке с сыром или поджарить на подсолнечном масле. Можно сварить сосиски.

#### **ВАЖНО! СПЕЦИАЛЬНЫЕ ДИЕТЫ**

Наиболее распространенным диетическим пожеланием является вегетарианская пища. Важно помнить, что вегетарианцы **вообще не используют мясные продукты для приготовления пищи**, а не просто вынимают мясо из готового блюда перед подачей. Некоторые вегетарианцы придерживаются более строгой диеты, которая исключает также молочные продукты и яйца (строгие вегетарианцы).

Другие распространенные требования к пище:

- без клейковины по медицинским причинам (клейковина в основном содержится в пшенице),
- без свинины по религиозным причинам (для евреев и мусульман),
- без орехов по медицинским причинам (в некоторых кулинарных изделиях могут содержаться в малых количествах орехи).

Иностранцы едят жидкие каши. Предпочитают манку, овсянка им незнакома. Каши следует чередовать. Подавать с теплым молоком, но отдельно от каши.

Можно включать в меню творог, но предпочтительнее сырники. Обязателен йогурт. Обычно требуется большое количество чая разных сортов и кофе. **Кофе брать только в зернах или молотый**, а не растворимый. Рыбу на завтрак не подают.

Картошку рекомендуется отварить с вечера, утром нарезать на мелкие кубики, обвалить в панированных сухарях и поджарить.

Европейцы и американцы предпочитают натуральные соки, а не те, которые продают в Республике Алтай и которые содержат большое коли-



чество сахара. Наиболее предпочтительный сок для иностранного гостя – апельсиновый или томатный.

Можно подать на стол кипяченую холодную воду, пепси-колу и другие напитки, знакомые иностранцам. Желательно иметь замороженные ледяные кубики (из кипяченой воды!).

Гостей следует предупредить об опасности употребления некипяченой воды. Американцы потребляют большие количества различных напитков, возят и носят их с собой в специальных емкостях.

Одно из основных требований гостей – чтобы пища была свежеприготовленной. Они не хотят, чтобы им предлагали остатки «прошлой еды», за исключением фруктов и варенья, имеющегося на столе.

Специфические требования к тому, что можно подавать на завтрак, описаны далее.

Когда подавать?

Гости обычно ожидают от хозяев понимания того, что у них могут быть некие особенные пищевые предпочтения. Большинство иностранцев предпочитают легкий завтрак, включающий в себя хлеб, мед, варенье и яйца; на обед или ужин – салат, мясо, рис и суп.

Многие западные туристы предпочитают больше еды вечером, на ужин, особенно если они заняты в течение дня. Лучше всего спросить самого гостя, когда он предпочитает больше еды.

Как обслуживать?

Есть много разных вариантов обслуживания гостей:

1) есть вместе с Вашими гостями, тогда кто-то из членов семьи обслуживает всех;

2) оставаться в комнате, где гости кушают, для того, чтобы обслуживать их во время еды;

3) обслужить гостей и выйти из комнаты, возвращаясь один – два раза во время трапезы, чтобы проверить, все ли в порядке и довольны ли гости;

4) обслужить гостей, затем вернуться в комнату только после завершения трапезы.

Наиболее распространены варианты 2 и 3. Они оба демонстрируют внимание к нуждам гостей во время приема пищи и создают гостям контакт с хозяевами. Вариант 2 предоставляет больше возможностей для контакта с хозяевами, но гостям может быть не очень приятно, что за ними наблюдают во время еды. Вариант 3 – тот, к которому иностранные туристы больше всего привыкли. Вариант 1 может подойти в том случае, если хозяин и гость могут общаться на одном языке и когда гости уже показали свою заинтересованность в проведении времени с хозяином.

Подавать еду начинают с дамы, сидящей справа от хозяина. Кушанья и сигареты подаются со стороны левой руки, супы и напитки – со стороны

правой. Забирают тарелки справа. Если подается национальная еда, которую гость никогда прежде не пробовал, покажите ему, как справиться с ней. Не будет нарушением этикета, если Вы скажете гостю, из чего приготовлено блюдо и как его есть. Если гость уронил на пол нож или вилку, не поднимайте их, а принесите новый прибор.

Курить за столом в некоторых культурах принято, когда подается кофе. Деликатным напоминанием о том, что хозяева не приветствуют курение, служит отсутствие на столах пепельниц.

Хозяева должны четко знать о наиболее важных культурных отличиях в процессе обслуживания иностранных гостей. Радушно принимая гостя и предлагая ему еще еды, помните: сказав «достаточно», иностранный гость ожидает, что на него не будет оказываться дальнейшее давление или что ему не будут задаваться вопросы. В этом случае очень вероятно желание хозяина позаботиться о госте интерпретировать как негатив по отношению к последнему. Наконец, может случиться так, что гость ничего не съест из приготовленного. Это выбор гостя, и хозяин не должен настаивать, даже если это расстроило его из-за потраченных на приготовление еды усилий.

#### 4.2.2. Специфические правила сервировки

Завтрак – это первая еда дня, создающая настроение на оставшуюся его часть.

Для Вас и Вашего гостя требования удобства и безопасности выполняются при следующих правилах сервировки:

- предметы необходимо переносить в левой руке;
- работать правой рукой;
- предлагать, ставить, размещать и забирать салаты с левой стороны;
- ставить, забирать тарелки с едой с правой стороны, наливать также с правой стороны;
- двигаться нужно всегда в одном направлении, не возвращаясь.

Иностранцы любят большие тарелки. Крайняя слева от тарелки вилка предназначена для закуски; справа от нее, ближе к тарелке, лежит вилка для рыбных блюд, и, наконец, рядом с тарелкой кладется вилка для мясных блюд. Ложка для супа лежит справа от тарелки. Слева от нее в таком же порядке, как и вилки, кладутся, соответственно, нож для закуски, нож для рыбных блюд и нож для мясных. Ножи кладутся лезвием к тарелке. Ложки кладутся выпуклостью вниз, а вилки – острием вверх, чтобы зубцы не испортили скатерть. В случае необходимости к некоторым блюдам дополнительно подаются ножи, вилки и другие предметы сервировки. Например, для блюд из устриц и крабов подают специальную небольшую вилку, а к фруктам – фруктовую вилку и фруктовый нож. Прямо за тарелкой параллельно краю стола кладут десертную и чайную ложки. Если подается

масло, то ножичек для него лежит на небольшом блюде для хлеба, которое ставится с левой стороны от тарелки. Приборы для соли и перца ставятся также с левой стороны от тарелки, но чуть ближе к центру.

Салфетка кладется на тарелку. Она может быть положена рядом с ней лишь в том случае, если еще до рассадки гостей за столом необходимо положить на тарелку какое-либо кушанье. Если салфетку положить рядом с тарелкой, то, как считают знатоки этикета, это будет свидетельствовать о нескромном намерении хозяев продемонстрировать красоту сервиса, что может вызвать у гостей негативные эмоции, равнозначные тем, которые появляются при виде золотого кольца, надетого поверх перчатки.

Сервируя стол для иностранцев, следует учесть их склонность к частому использованию бумажных салфеток. Соответственно число их должно быть достаточным, так как платками иностранцы не пользуются.

### **Сервировка стола для завтрака**

В домашних условиях Вы можете выбрать следующие варианты сервировки:

- **«шведский стол»:** все закуски, напитки, фрукты, хлеб и тарелки поставлены на столе или в буфете и гости могут брать то, что они хотят. Стол сервируется следующим образом: салфетки, большой нож и вилка, десертная ложка, кофейная ложка, чашка, блюдо, маленькая тарелка для хлеба и нож для масла;

- **простая сервировка**, когда подаются горячие напитки (кофе, чай, горячий шоколад, какао или молоко) и булочки. Вам нужны чашка для напитков, тарелка для хлеба и салфетка;

- **комплексная сервировка**, при которой требуется маленькая тарелка для закуски; если подаются вареные яйца, Вы должны положить держатель для яйца вместе с тарелкой на закусочную тарелку; вилка; сахар, варенье, масло, соль; маленькая тарелка для хлеба, чашка для горячего напитка, чайная ложка, кофейная чашка и молочник;

- **полная сервировка** (требуется дополнительных столовых приборов согласно меню).

Что должно быть сделано, если отдыхающие взяли всю еду со шведского стола? Добавить еще. Если завтрак подается по системе шведского стола, то туристы могут взять столько еды, сколько они хотят. Однако, хозяева всегда предварительно оценивают среднее количество еды на одного человека для подачи на стол.

Посуда и столовые приборы для завтрака:

- тарелки глубокие, плоские закусочные, блюда;
- посуда для напитков: кофейная чашка, чайная чашка и стакан;
- столовые приборы: большой нож и вилка, десертная ложка, приборы для закусок (нож и вилка), столовая ложка, чайная или кофейная ложка;
- салфетки.



### **Меню на завтрак**

Что такое меню? Слово «меню» пришло из французского языка и имеет два значения:

1. Подбор блюд для завтрака, обеда или ужина.

2. Лист с перечнем блюд, именуемый статичным, если он меняется редко, или цикличным, если на протяжении определенного периода времени, например, недели, меню претерпевает изменения.

Последнее удовлетворяет желаниям туристов, которые могут питаться до семи дней в одном и том же доме.

Существуют различные виды меню: «а-ля карт» и «табльдот». «А-ля карт» (от фр. a la carte) – вид обслуживания, предусматривающий свободный выбор клиентом порционных блюд из предлагаемого меню. За каждое блюдо указывается отдельная цена, в отличие от меню «табльдот», в котором предусмотрена комплексная цена набора блюд и которое используется при организации питания туристских групп в пансионатах, домах отдыха и других средствах размещения (к примеру, в гостевых домах), где производственные мощности и возможности кухни ограничены. Поэтому для гостевых домов будет практичнее использовать меню «табльдот».

При составлении рациона необходимо исходить прежде всего из точного расхода энергии, который для мужчин составляет приблизительно 3000 килокалорий, для женщин – 2500. Следует также учесть, что соотношение белков, жиров и углеводов должно быть в пище туриста, как и любого другого человека, постоянным и составлять 1:1:4, т.е. углеводов должно быть в 4 раза больше, чем жиров и белков. Зная калорийность отдельных видов продуктов, можно составить рациональное меню с учетом их питательности (в приложении дается таблица со сведениями о калорийности основных продуктов питания в пересчете на 1 кг веса каждого продукта).

Для составления рациона необходимо знать также еще и то, в каких

продуктах содержатся в наибольших количествах белки, жиры и углеводы.

Сахар представляет собой почти чистый углевод. Кроме того, углеводы содержатся в конфетах, сгущенном молоке, овощах и фруктах, крупах и макаронных изделиях. Белки содержатся в первую очередь в мясе и мясопродуктах, в бобах, фасоли, горохе, рыбе, яйцах, сыре. В крупах и макаронных изделиях их содержится меньше.

Жиров больше в масле и сале, меньше в колбасе, ветчине, сыре. Кроме жиров, белков и углеводов пища должна обязательно содержать витамины и микроэлементы. Их содержание высоко во фруктах, овощах и ягодах. Также важно соблюдать вес суточного рациона, который должен быть около килограмма.

Общая калорийность распределяется примерно таким образом: на завтрак приходится 35% суточной калорийности, на обед 40%, на ужин 25%.

Меню на завтрак зависит от Вашего выбора сервировки: сервируется либо полный завтрак, либо шведский стол, где гости сами обслуживают себя. В средствах размещения типа «ночлег и завтрак» шведский стол широко распространен. Этот способ подачи пищи требует мало времени и затрат труда, а также позволяет туристам самим выбирать время для завтрака. Выбор блюд зависит от уровня комфорта в гостевом доме. Если Вы подаете комплексный завтрак, можно приготовить горячее блюдо, но в этом случае гости должны прийти на завтрак в назначенное время.

На завтрак мы предлагаем следующий перечень блюд.

#### **1. Горячие блюда:**

- жаренные с ветчиной яйца, натуральный омлет, вареные яйца;
- каша со сливками или вареньем;
- блины или оладьи.

#### **2. Холодные блюда:**

- холодная отварная курица, колбаса, ветчина или паштет;
- разные виды сыров;
- свежий салат, свежие или маринованные овощи;
- кукурузные хлопья с молоком, йогуртом или сухофруктами.

#### **3. Хлебобулочные изделия:**

- черный хлеб, белый хлеб, булочки.

#### **4. Напитки:**

- йогурт, молоко, кефир;
- сок;
- кофе, чай, какао.

Можно ли подавать завтрак в комнате гостей?

Общепринятое правило – в гостевых домах типа «ночлег и завтрак» завтрак подается только в столовой комнате. Однако если гость пожелает и это не создаст дополнительных проблем, то завтрак может подаваться и в комнате гостя.

## 5. ЭФФЕКТИВНОЕ ОБЩЕНИЕ

---

### 5.1. Основы устного общения

Большая часть нашей жизни – встречи и контакты. Обладая навыками общения, знаниями о людях и отношениях, часто мы не задумываемся о том, умеем ли мы общаться, какова степень нашей коммуникативной компетентности.

Правильное понимание других людей, отношений с ними, способность прогнозировать развитие ситуаций общения – жизненно важные умения хозяина гостевого дома, которые помогают ему строить долгосрочные отношения со своими гостями.

Что же такое процесс общения?

Процесс общения – это процесс обмена информацией между двумя или более людьми. И очень важно сохранять в цепочке «гость – хозяин» хорошие, приятные, теплые отношения. Рассмотрим это подробнее...

Существует ряд психологических техник, которые обеспечивают установление контакта и формирование у собеседника чувства приязни по отношению к продавцу (в данном случае хозяин гостевого дома и выступает качестве продавца своей услуги). Это симпатия и активное слушание. Создать такой контакт можно несколькими путями: использованием имени человека, комплиментов и интересным разговором.

**Имя.** Дейл Карнеги отмечал, что «... имя человека – это самый сладостный и самый важный для него звук на любом языке». И это действительно не пустые слова. Чтобы произвести на человека впечатление, называйте его по имени и отчеству так часто, как это возможно.

**Комплимент.** Делать комплименты – это искусство, а комплименты на рабочем месте – искусство вдвойне. Нельзя, чтобы у Вашего гостя возникла мысль, будто Вы ему льстите или чего-то от него добиваетесь. Он должен думать, что Вы совершенно искренни. Для этого нужно соблюсти три условия:

- действительно быть искренним. Но одно это не обеспечит результата. Даже если Вы действительно думаете, что Ваш собеседник – пример для Вас, он может решить, что Вы просто его задабриваете;

- надо отвлечь собеседника сразу после комплимента. Для того чтобы сделать выводы, требуется некоторое время. Сделайте комплимент коротким, а затем сразу задайте вопрос, относящийся к сути комплимента. Тогда собеседник будет размышлять над вопросом, а комплимент забудется, оставив после себя приятное ощущение;

- надо вести интересный разговор. Разговор, который может завязаться, прежде всего должен быть интересен Вашему гостю. Тему разговора можно придумать заранее исходя из полученной информации.

И, возможно, при встрече гостя Вам не придется специально что-то придумывать, потому что в первые минуты встречи будет очень много вопросов как с его, так и с Вашей стороны.

**Активное слушание.** Это довольно известная и эффективная психологическая техника. Внимательно слушая гостя, Вы проявляете уважение и внимание. В активном слушании должны участвовать как минимум двое: говорящий и слушатель.

### ГОВОРЯЩИЙ И СЛУШАТЕЛЬ

Например, говорящим является гость, и его проблема в том, что он не совсем доволен питанием, которое Вы организуете. Он хочет, чтобы Вы внесли в меню изменения как можно скорее. Задача хозяина (в данном примере он выступает слушателем) в первую очередь спокойно выслушать гостя, попытаться понять его переживания и помочь решить эту проблему.

Далеко не все люди обладают умением слушать. Вот несколько примеров, иллюстрирующих неумение слушать.

**Ложное слушание.** Это когда мы притворяемся внимательными, киваем головой, улыбаемся, но на самом деле слова собеседника для нас только поток звуков, мы не слушаем его и не пытаемся вникнуть в то, что он говорит.

**Безразличное слушание.** Это когда мы даже не делаем вид, что нам интересно или что нас волнует данная проблема, а просто игнорируем слова говорящего и не стараемся глубже в них вникнуть и понять человека.

**Поэтапное слушание.** Наверное, Вы сталкивались с тем, что некоторые люди, еще не дослушав собеседника, прерывают его и начинают говорить сами.

**Атакующее слушание.** Когда мы не слушаем собеседника, а сразу вступаем в бой, спорим с ним, говорим параллельно его словам.

Активно слушать довольно трудно. В эту методику включаются такие типы поведения, как поддерживающее слушание, заинтересованное слушание и запоминающее слушание.

### Поддерживающее слушание

Необходимо стимулировать собеседника к разговору, поддерживать его. Можно кивать, поддакивать, показывать, что Вы слушаете и заинтересованы в проблеме.

### Заинтересованное слушание

Постарайтесь действительно заинтересоваться проблемой, о которой говорит собеседник, и покажите ему это. Старайтесь следить за ходом разговора, задавайте вопросы по существу.

### Запоминающее слушание

Используя методику активного слушания, необходимо держать в го-

лове весь разговор, чтобы в случае необходимости вернуться к любой его части. Также нужно запоминать всю новую информацию. Это проще сделать, если подходить к полученным данным аналитически, сразу решать, где и как их можно применить.

Для того чтобы в совершенстве овладеть активным слушанием, нужно освоить целый ряд навыков, которые помогут Вам построить хорошие отношения с Вашими гостями.

**«Слышать» содержание.** Иногда за эмоциями, интонациями, непривычной логикой трудно увидеть смысл сказанного. Для того чтобы эффективно применять активное слушание, нужно научиться «слышать» содержание речи.

**«Слышать» чувства.** Большая часть информации поступает к нам невербально. Подсознательно мы чувствуем эмоции человека, читаем его жесты, мимику, движения. Так, во время обычного разговора только 7% информации передается и получается устно, 38% – через интонации и 55% – через язык тела, жестов и мимики. Необходимо научиться сознательно «слышать» чувства человека, чтобы правильно вести разговор и не вызвать у собеседника чувство дискомфорта.

**Распознавать препятствия.** Препятствия могут быть объективными (физические преграды) или субъективными (Вы или собеседник не расположены к продолжению разговора). От них нужно уметь избавляться. Если между Вами и Вашим клиентом стоит стул, стол, другой человек, то стоит найти другое место для беседы или же устранить препятствие, найти более комфортное место для разговора, например, отдельную комнату в доме, где он сможет более свободно рассказать о ситуации.

Сложнее справиться с субъективной преградой. Ее легко обнаружить по зажатой позе, скрещенным рукам или ногам, заметному напряжению. Если Вы можете определить, что именно не нравится собеседнику, уберите это. Если не можете, можно просто «раскрыть» говорящего. Для этого сначала скопируйте его позу, посидите так некоторое время, а затем измените посадку. Может быть, он повторит за Вами. Или можно просто что-то дать ему в руки, попросить передвинуться и т.д.

**Поощрять.** На первый взгляд кажется, что поощрять человека нетрудно. Нужно всего лишь кивать и поддакивать в нужном месте. На самом деле данный навык включает в себя еще и умение не перебивать и не давать советов. Если слушатель подключается к разговору, то это так или иначе затрудняет свободную речь говорящего. Поэтому необходимо сдерживаться, как бы ни хотелось высказать свое мнение.

**Резюмировать.** Резюмировать речь собеседника нужно очень осторожно. Есть шанс ошибиться, неверно истолковать слова говорящего. Этот навык нужно использовать только тогда, когда разговор заходит в тупик,



говорящий начинает повторять одно и то же. Тут есть смысл подвести итог (резюме) и вернуться к какой-нибудь части разговора.

В процессе активного слушания слушатель должен помочь говорящему решить его проблему. Ни на минуту не нужно забывать, что это не простой разговор, поэтому некоторые вещи, которые могут помешать клиенту раскрыться, недопустимы.

## НЕЛЬЗЯ

- **Выступать в роли судьи.** Давая оценку действиям, решениям, мыслям клиента, слушатель тем самым берет на себя роль судьи. Это создает психологический барьер. Если же высказывается положительная оценка, то это укрепляет говорящего в какойто мысли. В любом случае слушатель начинает оказывать влияние на клиента, что в принципе недопустимо.

- **Делать предположения.** Предположения – это те же советы, только высказанные в более мягкой форме. Фразы вроде «может быть, было бы лучше попробовать вот это?» или «вероятно, это не связано с качеством услуги?» мешают активному слушанию. Они подталкивают говорящего к точке зрения слушающего. Говорящий может просто-напросто закрыться и перестать размышлять.

- **Навязывать собственные взгляды.** Наверняка клиент, который некоторое время размышлял над своей проблемой, знает о ней больше, чем хозяин гостевого дома. И, уж конечно, он продумал несколько вариантов ее решения. Наверное, слушатель может подсказать и свежий вариант, но ведь цель активного слушания не подсказывать, а подвести клиента к самостоятельно принятому решению. Поэтому не нужно навязывать потребителю собственные взгляды, советовать, как лучше поступить.

- **Перескакивать к выводам.** Очень часто люди лучше размышляют, разговаривая вслух. И если клиент действительно разговорился, то нужно набраться терпения и внимательно его выслушать. Нельзя прерывать его, останавливать, требовать подведения итогов. Может быть, говорящий будет прерван в самом начале размышления.

- **Интерпретировать собеседника.** Нельзя интерпретировать слова говорящего. Что бы клиент ни сказал, только один он твердо знает, что он имел в виду. И, кроме того, это ведь только ему и нужно знать. Задача слушателя – поддержать клиента и помочь ему принять решение. Для этого не нужно вникать во все тонкости его речи.

- **Анализировать доводы собеседника.** Чаще всего слушатель не имеет достаточно данных для того, чтобы анализировать слова собеседника. И, тем не менее, иногда так хочет это сделать! Нужно удержаться, помня о том, что это только мешает клиенту. Есть несколько правил, использование которых поможет быстро овладеть методикой активного слушания.

1. Молчите! Вы не можете слушать, если говорите.
2. Создайте раскрепощающую обстановку, чтобы клиент мог говорить спокойно.
3. Покажите клиенту, что Вы хотите слушать, используя жесты и мимику. Слушайте, чтобы понять, а не чтобы ответить! Чаще смотрите в глаза собеседнику.
4. Не отвлекайте клиента.
5. Постарайтесь поставить себя на место клиента.
6. Будьте терпеливы. Дайте собеседнику высказаться. Не прерывайте.
7. Уклоняйтесь от агрессии.
8. Избегайте критики и спора, иначе клиент может закрыться.
9. Задавайте вопросы. Это помогает клиенту развить и понять произносимое.
10. Будьте личностью, выражайте свои личностные реакции, не бойтесь искренне поделиться с клиентом тем, что его слова Вас интересуют, огорчают, заставляют сердиться и т.д.
11. Будьте естественны. Не говорите о том, о чем не знаете достаточно точно.
12. Не притворяйтесь.
13. Уделите полное внимание говорящему, не занимайтесь в этот момент другими делами: Ваш клиент стоит того, чтобы быть услышанным!

## **5.2. Основы письменного общения**

Отдельно остановимся на письменном общении, или деловой переписке. Перечень Ваших официальных документов может включать специально записанные внутренние правила Вашего гостевого дома, меню, приглашительные письма, коммерческие предложения и другую необходимую для Вас информацию.

Когда Вы готовите свои официальные документы, Вы должны не только следовать формальным правилам документооборота, но также принимать во внимание психологические аспекты общения.

Приведем пример пяти типичных ошибок при составлении коммерческого предложения о Ваших услугах для предприятий или отдельных клиентов или при написании пресс-релиза.

Чтобы Ваш официальный документ «сработал», клиент должен его открыть, прочитать, поверить и выполнить те действия, которые в нем предписаны. Чтобы это произошло, письмо должно привлекать внимание, вызывать интерес читателя и, в конечном итоге, желание купить Вашу услугу или выполнить какое-то определенное действие.

**Ошибка №1.** Вы пишете Ваше предложение сотням или тысячам людей, а не каждому конкретно.

Один из способов вызвать вялые и равнодушные ответы на Ваше коммерческое предложение или приглашение – это писать его для группы людей в целом. Если Вы подойдете к написанию предложения с точки зрения толпы вместо того, чтобы сконцентрироваться на отдельном, настоящем, живом, дышащем потенциальном клиенте, это намного снизит Ваши шансы создать с клиентом прочную связь с помощью коммерческого предложения.

**Ошибка №2.** Вы считаете, что потенциальный клиент не будет читать длинное письмо.

Конечно, одна из первых рекомендаций – текст письма должен быть коротким и ясным. Длина предложений влияет на их понимание. Предложения длиной до 14 слов достаточно легко понять, свыше 20 слов – гораздо сложнее. Но вот вопрос: что считать длинным письмом? И ответ на него прост: любое скучное и неинтересное письмо – это письмо длинное. Может считаться длинным даже рекомендуемый профессиональными маркетологами текст в одну страницу. Предложите нужный продукт или услугу в нужном месте, в нужное время и нужным людям. Если Вам есть что сказать и есть что сказать интересно, Вы можете написать письмо на пяти страницах, и оно вызовет больше откликов, чем письмо на двух.

**Ошибка №3.** Вы относитесь несерьезно к грамматическим и орфографическим правилам.

Когда Вы учились в школе, учителя получали деньги за то, что учили Вас правилам орфографии и грамматики, и должны были исправлять Ваши ошибки. При написании коммерческого предложения или любого другого официального документа Вам необходимо построить его так, словно Вы разговариваете с читателем. А для этого нужно писать легко и неформально, вместе с тем не забывая о вежливости и уважении к клиенту. Наличие обычных ошибок говорит о Вашем уровне подготовки и оскорбляет человека.

**Ошибка №4.** Вы даете читателю повод НЕ читать Ваше письмо.

Рассмотрите типичную «и что?»-реакцию потенциального клиента. Их мало волнуете Вы, их мало волнует Ваша услуга, и их так же мало волнует Ваш гостевой дом. Безразличие – вот что сейчас заведено.

Так что Вам нужно привлечь внимание потенциального клиента каким-то ошеломляющим утверждением, провокационным вопросом, таким сочетанием слов, которое вырвет его из апатичного состояния и заставит обратить внимание на Ваше письмо.

Обратите внимание на то, что в документах, которые Вы готовите, нужно использовать популярные международные знаки для иллюстрации текста и привлечения внимания гостей. Даже если текст большой, не старайтесь зрительно уменьшить его за счет мелкого шрифта, лучше используйте разнообразное редактирование, изменение стилей и т.д. Ваш документ должен быть внешне привлекательным, чтобы его было

приятно держать в руках: хорошей формы, стильного дизайна, распечатанным на бумаге хорошего качества.

**Ошибка № 5.** Вы заявляете, что Ваш товар или услуга могут нечто дать клиенту, и не предоставляете никаких доказательств.

Ваш типичный потенциальный клиент не просто безразличен, он скорее настроен весьма скептически по отношению к отдыху в гостевом доме. Вот почему Вы всегда должны предлагать читателю доказательства того, что Ваша услуга может ему помочь. Это послужит подтверждением Ваших заявлений и сведет к минимуму скептицизм читателя. И, что более важно, сделает Ваше коммерческое предложение более надежным и достоверным источником информации.

Доказательство может иметь различные формы. Приведем примеры их.

#### ***Отзывы потребителей***

Отзыв опытного клиента из известной компании с хорошей репутацией – самый ценный вид доказательств, которые Вы можете предложить. Но удостоверьтесь, что текст отзыва вызывает именно к тем потребностям и нуждам, которые есть у Вашего клиента.

#### ***История успеха***

Хорошие продавцы знают, что товар продает хорошо рассказанная история. Как и в любой хорошей истории, в Вашей обязательно должна быть драма. Например, что-то из Вашей практики. Вы можете рассказать, как прошлым летом у Вас гостила молодая женщина, которая сначала показала Вам несколько странной, потому что совсем не хотела разговаривать с Вами и с Вашими домочадцами, практически отказывалась от еды. Как потом выяснилось, она развелась с мужем, столкнулась с неразрешимыми проблемами на работе и практически убежала из города, чтобы побыть одной. Проведя несколько дней в Вашем доме, она постепенно пришла в себя, начала общаться с другими гостями и даже познакомилась со своим будущим мужем. Уезжая, она сказала, что очень благодарна хозяевам: именно гостя у них она смогла отвлечься, поновому посмотреть на сложившуюся ситуацию и понять, что все не так безнадежно. Думаем, у каждого из владельцев гостевых домов была как минимум одна подобная интересная история, которую можно как байку рассказывать новым гостям.

### **5.3. Общение по телефону**

В сфере туризма примерно 75% всех продаж мелких предприятий составляют продажи по телефону. Однако владельцы часто теряют своих клиентов из-за того, что делают это неправильно.

#### **НЕСКОЛЬКО СОВЕТОВ ПО ЭФФЕКТИВНЫМ ТЕЛЕФОННЫМ ПРОДАЖАМ**

• **Разговор по телефону** – это разговор двух «слепых», которые по голосу выстраивают у себя в голове образ собеседника. Ваш голос – глав-

ное оружие и Ваша визитная карточка. Поэтому лучше улыбаться даже телефонной трубке. Если после 10 произнесенных слов Вас не полюбили – пиши пропало. Управляя темпом, ритмом, артикуляцией, интонацией и громкостью своего голоса, Вы управляете первым впечатлением клиента. Звучание Вашего голоса определяется позой, осанкой, выражением лица, поэтому настройтесь на разговор.

- **Отказы по телефону** происходят чаще, чем при личных встречах. Спокойно принимайте их.

- **Первые фразы** произносите медленно, не выливайте сразу на клиента водопад информации. Дайте ему время настроиться на разговор.

- Осознайте **ЦЕЛЬ** каждого звонка. Определите приоритеты.

- **Время звонка** часто определяет его результативность. Звоните в нужное время **НУЖНЫМ** клиентам.

- **Извлекайте уроки** из каждого разговора с клиентом. Профессионалы – это люди, которые учатся **ВСЕГДА**.

- Следите, чтобы на каждый телефонный звонок отвечал **владеющий информацией** человек или тот, кто может принимать решения.

- **Рядом с телефоном** Вы всегда должны иметь бланки для резервирования, ручку, график заселения и освобождения комнат, календарь и расценки на услуги.

- Вы должны **обращаться к постоянным клиентам** по имени, регистрационная карточка гостя поможет Вам в этом. Заполняйте бланк для резервирования аккуратно, спросите гостя о его дополнительных пожеланиях.

- **Избегайте слишком формальных фраз**, старайтесь быть нейтральным и дружелюбным.

#### ПЯТЬ ПРАВИЛ ЭФФЕКТИВНОГО ТЕЛЕФОННОГО РАЗГОВОРА

- Не задавайте вопросы, на которые легко ответить «нет». Например, такие как «Не могли бы Вы...?» или «Не уделите ли Вы мне немного времени?».

- Не произносите трудных и длинных слов. Избегайте терминов.

- Не произносите «плохих» слов. Например, нельзя спрашивать «не помешал ли я Вам?» или «я Вас ни от чего не отвлек?». Слова «помешал», «отвлек», и многие другие создают неприятное впечатление. Собеседнику покажется, что Вы действительно его отвлекли.

- Лучше вообще не произносите отрицаний. Например, вместо фразы «это невозможно» лучше сказать «давайте сделаем так...» и предложить другой вариант.

- Ни в коем случае не искажайте имя собеседника. Называйте его только по имени и отчеству, если между Вами не существует иной договоренности.

#### **5.4. Жалобы клиентов**

От того, как Вы относитесь к возражениям и рекламациям, в значительной степени зависит то, как Вы с ними справитесь. Если Вы считаете, что возражение – это проявление враждебности, неприязни, соперничества со стороны гостя, то, скорее всего, такое отношение и его заставит «выйти на тропу войны» или, как минимум, занять оборонительную позицию. Такое поведение не будет способствовать мирному разрешению конфликта.

Именно поэтому будем считать возражением любую реакцию гостя, которая мешает достижению нужных вам обоим договоренностей. Эта реакция может проявляться как явно, в виде открыто высказанного несогласия или «неудобных» вопросов, так и неявно, например, в изменении выражения лица, жестикуляции или осанке; в неожиданно сменившейся интонации, темпе или громкости голоса. Опытный человек обязательно улавливает эти сигналы. Для него они означают, что продолжать аргументацию дальше бесполезно, возражений накопилось слишком много.

#### **Можно привести такое сравнение.**

Представьте себе поток машин, который стекается в одно очень узкое место. Если машин окажется слишком много, то образуется затор, пробка, в которой каждая дополнительная машина только усугубляет ситуацию. И чтобы эта пробка рассосалась, необходимо, чтобы водители, проявляя взаимную вежливость, постепенно выстроили свои транспортные средства в очередь и проехали один за другим.

Так и в случае с возражениями: нужно все представленные аргументы еще раз выстроить по порядку, чтобы логично и последовательно они «проехали» в сознание гостя и стали им полностью принятыми.

Таким образом, первый шаг, который необходимо совершить, – это признать, что ответственность за возникновение возражений у гостя лежит не на нем, а на Вас как на хозяине.

Основными причинами жалоб туристов могут быть:

- Несоответствие цены и качества;
- грубость/безразличие хозяина и обслуживающего их персонала;
- задержки в обслуживании;
- отличие реальных услуг или условий от обещанных;
- низкое качество услуг;
- неточная/недостоверная информация.

Убедите клиентов, что Вы сделаете все возможное, чтобы разрешить их проблемы. Для того, чтобы разрешить проблему, сделайте следующее.

- Внимательно выслушайте гостя.
- Повторите его жалобу и получите подтверждение того, что Вы все поняли правильно.

- Принесите извинения.
- Попытайтесь понять чувства гостя (гнев, расстройство, разочарование и так далее).
- Объясните, какие действия Вы предпримите для того, чтобы разрешить сложившуюся ситуацию.
- Поблагодарите клиента за то, что он открыто обратился к Вам с данной проблемой.

Иногда гости, с которыми Вам придется иметь дело, могут быть трудными и очень трудными. Это, например:

- разгневанный клиент,
- человек с тяжелым характером,
- все замечающий, но ничего не говорящий,
- требовательный клиент,
- постоянно критикующий,
- говорящий без остановки и др.

Чего нельзя делать, если гость обратился к Вам с возражением или жалобой:

- напрямую отвергать возражения;
- подвергать сомнению обоснованность возражения;
- игнорировать возражение;
- не дать высказать до конца возражение.

Проиллюстрируем эти утверждения примерами.

Продавец напрямую отвергает возражение

Покупатель путевки: *Я не могу ждать три дня. Это слишком долго.*

Хозяин или продавец услуги: *Вы ошибаетесь, это очень даже быстро.*

Отвергая возражение, продавец, таким образом, уверяет покупателя в его неправоте. Он как бы говорит: «Ты ничего не понимаешь». Естественно, это вызовет негативную реакцию, скорее всего, покупатель уйдет и больше не вернется.

### **Продавец подвергает сомнению обоснованность возражения**

Гость: *Технические характеристики компьютера, который Вы предлагаете в аренду на время моего отдыха, недостаточны для того, что-бы я мог на нем нормально работать.*

Хозяин: *А Вы уверены, что правильно во всем разобрались?*

Подвергая сомнению обоснованность возражения клиента, хозяин гостевого дома тем самым уверяет покупателя в его неспособности принять самостоятельное решение.

Продавец игнорирует возражение

Гость: *Синий цвет комнаты мне не нравится. Может, есть комнаты, выкрашенные в другие цвета?*

Хозяин: *Так Вы оплачиваете комнату?*

Игнорируя возражение, задавая вопрос не в тему, хозяин дома как бы отказывает клиенту во внимании. Он показывает клиенту его незначительность, неважность, тогда как в идеале должен оказывать прямо противоположное воздействие.

Продавец не дает закончить возражение

Клиент: *Я не помню, чтобы нам рекомендовали...*

Хозяин: *У нас отличная национальная кухня, я рекомендую!*

Прерывая клиента, хозяин теряет шанс на построение прочных, доверительных отношений с клиентом. Во-первых, это просто невежливо, а во-вторых, хозяин демонстрирует покупателю свое неуважение к его мнению.

ПОМНИТЕ! Статистика утверждает, что привлечь нового клиента стоит в шесть раз дороже, чем сохранить уже существующего.

Давайте посмотрим, как можно перевести негативные реакции в данных ситуациях в разряд позитивных. Итак, что можно предпринять на практике?

- Сделать комплимент возражению.
- Принять возможность возражения.
- Задать вопрос по существу возражения.
- Получить ответ на возражение от третьего лица.

Продавец делает комплимент возражению

Клиент: *Этот компьютер недостаточно мощный. Мне нужна более современная модель.*

Продавец: *Теперь я вижу, что Вы действительно профессионально разбираетесь в технике.*

Делая комплимент возражению, хозяин тем самым отдает должное клиенту, создает приятную атмосферу общения, в которой клиенту будет трудно отказываться и возражать.

Продавец принимает возможность возражения

Клиент: *Овощные салаты очень дешевые. Они плохого качества?*

Хозяин: *Понимаю Ваше беспокойство, цены действительно очень низкие. Просто эта продукция с нашего огорода.*

Признавая возможность возражения, хозяин демонстрирует гостю, что он его внимательно слушает и анализирует его слова. Он соглашается с тем, что возражения гостя имеют под собой серьезную основу. Это создает приятную атмосферу.

Продавец задает вопрос по существу возражения

Гость: *Мне все нравится, но стоимость проживания все же слишком высокая.*

Хозяин: *А какая сумма Вас устроила бы в следующем году?*

Таким образом, хозяин не только демонстрирует клиенту свое внимание, но и получает информацию, необходимую для дальнейшей беседы.



Продавец получает ответ на возражение от третьего лица

Клиент: *Горнолыжный костюм мне узковат в плечах.*

Хозяин: *Вы считаете?* (Обращается к другому человеку) *Скажите, разве костюм узок?*

Третье лицо: *Костюм неплохо сидит.*

Клиент понимает, что хозяин заинтересован в продаже оборудования или сдаче товара в прокат и стремится показать их с лучшей стороны. А если реплика исходит от третьего лица, он воспримет ее как объективное мнение.

Для возражений, которые часто повторяются, можно заранее заготовить варианты ответов. Удобно это сделать так: все сотрудники зеленого дома или члены семьи, так или иначе связанные с продажей и оказанием услуг, собираются вместе и составляют список наиболее популярных возражений. А затем придумывают ответы.

Возражение	Ответ
Нет доставки от автовокзала до гостевого дома.	<ul style="list-style-type: none"><li>• У нас хорошо курсируют рейсовые автобусы.</li><li>• Могу порекомендовать отличную службу доставки.</li></ul>
Я еще подумаю.	<ul style="list-style-type: none"><li>• А что Вас смущает?</li><li>• Что заставляет Вас сомневаться?</li></ul>
А в других гостевых домах дешевле.	<ul style="list-style-type: none"><li>• У нас очень хороший сервис!</li><li>• В других домах Вы вряд ли найдете подобный спектр услуг (и этнографические представления, и конные экскурсии, и поход в лес за ягодами...).</li></ul>
Слишком дешево, вызывает подозрение.	<ul style="list-style-type: none"><li>• У нас сейчас просто проходит рекламная акция.</li><li>• Это весенняя (осенняя, зимняя, новогодняя и т.д.) распродажа услуг.</li><li>• Мы ищем реальные возможности для клиентов, чтобы цена была доступной.</li></ul>
Мы уже работаем с другой фирмой.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Попробуйте работать еще и с нами, Вам понравится.</li><li>• Приятно, что есть люди, которые умеют хранить верность партнерам.</li></ul>

## **Что делать, если рекламация клиента пришла после его отдыха и была подана в письменной форме Вашему партнеру – турагентству?**

- Попросить партнера переправить Вам рекламацию по факсу, электронной почте.
- Обсудить рекламацию вместе с сотрудниками гостевого дома и с членами семьи.
- Найти причину рекламации – что вызвало недовольство клиента. В большинстве случаев проблема лежит в психологической области (в сфере общения).
- Признать ее, принять решение, как устранить эту проблему в работе с другими клиентами.
- Написать вежливый ответ с благодарностью, что клиент обратил Ваше внимание на это обстоятельство, пригласить его еще раз на отдых и согласиться на предоставление скидки за «обучение», спросить, какая требуется ему компенсация в данном случае. Ответ необходимо отправить партнеру.
- Если клиент настаивает на денежной компенсации, то предложите ему отдохнуть у Вас бесплатно или окажите другую важную для него услугу.
- Будьте готовы выплатить денежную компенсацию, если клиент неумолим. Отнеситесь к этому как к оплате обучения.
- Если причиной недовольства клиента была также неправильная работа партнера, то договоритесь с ним о разделении ответственности. Но поскольку большую часть денежных средств получаете от клиента Вы, то и возмещаете ущерб клиенту большей суммой тоже Вы.
- Если Вы абсолютно уверены в отсутствии Вашей вины, то соберите письменные доказательства, найдите свидетелей, напишите партнеру и клиенту об этом вежливый ответ с приложением копий свидетельских показаний и приготовьтесь прийти в суд, если клиент будет отстаивать свои права в суде.
- Во избежание повторения таких случаев впишите в договор с клиентом пункт о том, что рекламации принимаются от клиента только в том случае, если еще во время отдыха клиент заявил о своих претензиях, сообщил их хозяину в письменной форме, но хозяин оставил эти проблемы без внимания.
- В договоре может быть оговорена максимальная сумма компенсаций – однократная стоимость всего отдыха клиента.

### **5.5. Конфликты и способы выхода из них**

Конфликт – это отношения между двумя или более сторонами (людьми и группами), которые имеют (или думают, что имеют) несовместимые цели.

Конфликты – это часть жизни, неизбежная и часто творческая.

Конфликты происходят, когда люди преследуют цели, которые различаются.

Разногласия и конфликты обычно улаживаются без применения насилия и часто приводят к улучшению положения всех вовлеченных сторон. Это вполне справедливо, поскольку конфликты являются частью нашего существования.

**Основными причинами**, по которым возникают конфликты, являются следующие:

- Информационные проблемы (недостаток информации, различное понимание, неправильное толкование);
- неорганизованность (нераспределенные обязанности, плохое управление, не то время, ошибочные функции);
- проблемы в межличностных взаимоотношениях (враждебное отношение к другому человеку, неправильное восприятие поведения партнера, стереотипы, игнорирование законов общения и др.);
- несовпадение личностных ценностей.

Почему нужно анализировать конфликт?

- Чтобы понять причины и историю ситуации, а также текущие события.
- Чтобы определить все группы, вовлеченные в конфликт, а не только основные или очевидные.
- Чтобы узнать о точках зрения всех этих групп и об их взаимоотношениях.
- Чтобы определить факторы и тенденции, которые лежат в основе конфликта.
- Чтобы извлечь уроки – как из неудач, так и из успехов.

Как только Вы вступаете в конфликт или обостряется конфликтная ситуация, необходимо сознательно и целенаправленно выбрать свой подход к нему, вместо того, чтобы стихийно следовать наработанным штампам поведения. Выберите стратегию и тактику. Стратегия – это ответ на вопрос: «Как я должен разрешить конфликт, учитывая, что мой интерес состоит в поддержании хороших отношений с клиентами и сохранении имиджа моего гостевого дома?». Тактика – это средства, обеспечивающие данную стратегию, которые в конечном счете определяют стиль поведения человека в конфликте. Каждой из стратегий присущи определенные тактические действия, для каждой требуются определенные качества личности. Рассмотрим подробнее...

Существует пять основных подходов к разрешению конфликтных ситуаций, с которыми каждый из нас сталкивался:

- соперничество (конкуренция),
- приспособление,
- компромисс,
- избегание,
- сотрудничество.

**Соперничество** (конкуренция) – это ориентация на победу. При этом человек не считается ни со своими жертвами, ни с ущербом, нанесенным противоположной стороне («Делайте так, как я Вам говорю»). Предпочтение такого поведения в конфликте часто обусловлено стремлением оградить себя от психологической травмы, вызванной чувством поражения. Эта стратегия отражает такую форму борьбы, при которой одна сторона выходит победителем. Помните, что использование такой стратегии оправдано, только когда Вы находитесь в критической ситуации, которая требует мгновенного реагирования, и Вы чувствуете, что Вам нечего терять или у Вас нет иного выбора. Практически всегда эта стратегия будет гарантировать разрыв отношений с клиентом.

**Приспособление** – это тип реагирования, направленный на максимум во взаимоотношениях и минимум в достижении личных целей («Что Вы ни скажите, я не буду возражать»). Это принесение в жертву собственных интересов ради интересов другого. Это установка на доброжелательность, на желание не задеть чувства другого. Эту стратегию рекомендуется применять, когда лучше сохранить в данной ситуации хорошие отношения, чем отстоять свои интересы или если правда не на Вашей стороне.

**Компромисс** – это стиль, который означает совместные действия с другим человеком, уступки в своих интересах, чтобы и противник сделал то же самое («Я могу немного уступить, если и Вы уступите»). Такие люди, как правило, предлагают среднюю позицию, стараясь найти сочетание выгод и потерь для обеих сторон. Стратегию рекомендуется использовать, когда необходимо найти наиболее быстрое и наиболее экономичное решение; обе стороны хотят одного и того же, но понимают, что одновременно это невыполнимо; компромисс позволяет сохранить значимые для Вас взаимоотношения с клиентом.

**Избегание** – один из вариантов разрешения конфликта, при котором предоставляется возможность другим взять на себя ответственность за решение проблемы, когда надо избежать бесполезной напряженности, в критической ситуации спрятаться в свой «панцирь» («Конфликт? Какой конфликт?»). Эта стратегия рекомендуется, когда напряженность ситуации слишком велика и ощущается необходимость ослабления накала; Вам необходимо выиграть время; исход не очень важен для Вас.

**Сотрудничество** – это случай, когда человек открыто признает конфликт, предъявляет свои интересы, выражает свою позицию и предлагает пути выхода из конфликта («Давайте попробуем решить эту проблему»). Улаживая спорную ситуацию, люди с таким типом реагирования пытаются определить то, в чем состоят все затронутые интересы и спорные вопросы. При этом от противника ожидается ответное сотрудничество. Участники конфликта приходят к разрешению его с полным удовлетворением интересов обеих сторон.

Хочется отметить, что каждый из этих стилей эффективен только в определенных условиях и ни один не может быть выделен как самый лучший. Суть заключается в том, чтобы сознательно сделать тот или иной выбор, учитывая конкретные обстоятельства и склад своего характера. А самое главное – помнить, что Вы хотите получить в итоге: прочные взаимоотношения с гостем, избавление от гостя, который не соглашается выполнить Ваши правила и может нанести вред остальным гостям, удовлетворение собственной гордыни и т.д.

## ДВЕНАДЦАТЬ ОСНОВНЫХ ПРАВИЛ ПОВЕДЕНИЯ В КОНФЛИКТЕ

1. Дайте возможность клиенту выразить негативные эмоции, «выпустить пар».

2. Попросите клиента обосновать свои претензии.

3. Попытайтесь снизить агрессивный настрой клиента, используя различные приемы, например, попросите совета по отвлеченному, но важному поводу.

4. Не давайте клиенту отрицательных оценок, а говорите о своем отношении к конкретным действиям и поступку.

5. Попросите клиента сформулировать желаемую цель, пути и варианты достижения ее.

6. В любом случае дайте возможность клиенту «сохранить лицо». Сдержите первую реакцию ответа агрессией на агрессию.

7. Доброжелательно проговорите основное содержание претензий клиента для опровержения или подтверждения правильности понимания его высказываний. Например: «Правильно ли я Вас понял?».

8. Предложите клиенту высказать свои возражения и возможные варианты решения конфликта.

9. Попытайтесь выстраивать диалог «на равных».

10. Не бойтесь извиниться, если чувствуете себя виноватым.

11. Сделайте совместный выбор оптимального способа разрешения конфликта и оговорите взаимоотношения на будущее.

12. Независимо от результатов взаимодействия старайтесь сохранять деловые отношения сотрудничества и взаимопомощи.

Если Вы понимаете причину конфликта и знаете, каким путем он будет развиваться, Вы сможете вовремя предпринять меры, чтобы исправить положение приемлемым для обеих сторон способом.

Следующие условия необходимы для решения конфликта:

- нахождение основной причины конфликта;
- коммуникация между конфликтующими сторонами;
- признание одной стороной своих ошибок;
- контроль над эмоциями.

**ВАЖНО!** Если Вы видите, что не способны разрешить конфликт самостоятельно, вызовите милицию, особенно если конфликт возник по таким причинам, как воровство, пьянство, хулиганская выходка и т.д.

## **5.6. Личное пространство**

Мы живем в мире повышенной коммуникации. Одиночество – это скорее какая-то привилегия. Ведь устать действительно можно от всего. Даже от дорогих и любимых. Каждый человек имеет право на пространство, которое принадлежит только ему.

### **Это личное пространство.**

Что это такое – личное пространство индивидуума? Попробуйте вспомнить Ваши действия в общественном транспорте. Если есть свободные места, люди предпочитают сидеть в одиночку. Новые пассажиры подсаживаются к соседям только тогда, когда свободных индивидуальных мест нет.

Психологи измеряют в сантиметрах так называемую буферную дистанцию тела, которую человек «держит» в разных условиях и обстоятельствах, и выделяют пять четких пространственных зон.

**1. Скрытая:** 0–15 см. Сюда мы допускаем тех, кому разрешается войти с нами в физический контакт, который не вызывает у нас ни подсознательной агрессии, ни отторжения.

**2. Интимная:** 15–45 см. Она следует за непосредственным телесным контактом. Если Вас без проблем подпускают настолько близко, Вас можно поздравить, потому что такая короткая дистанция свидетельствует о близких отношениях между вами. Разрешение «быть на короткой ноге» может быть дано родственникам, супругам. А вот посягательства «чужаков» грозят спровоцированной агрессией.

**3. Персональная:** 45–120 см. Это так называемая «рабочая зона». Именно настолько мы отдаляемся от мира в общественных местах: на работе, на вечеринках. Незнакомец, подошедший к нам непозволительно близко, заставляет нас подсознательно пугаться. А вот если человек во время разговора постарается встать от нас подальше, мы расценим это как проявление неуважения. Из этого незыблемого правила есть исключение: мы даем возможность доступа к нашему телу врачам.

**4. Социальная:** 1,2–3,5 м. Она используется при общении с незнакомыми-ми людьми, в официальных учреждениях. На таком расстоянии хорошо видно и слышно собеседника, но до него уже не дотянуться рукой. Это важно для того, чтобы чувствовать себя комфортно в общении с человеком, которого Вы внутренне не считаете «своим».

**5. Публичная:** от 3,5 до 7,5 и более метров. Это расстояние, на котором стоит оратор перед аудиторией. Если в эту зону попал чужак, нас это слегка раздражает, но особого стресса не вызывает, потому что большое

расстояние позволяет вовремя избежать нежелательной встречи.

Приведенные здесь цифры так же условны, как средняя температура по больнице. На самом деле они зависят и от конкретного человека, и от, например, специфики культурной среды. Из-за этой разницы могут даже возникать этнические конфликты. Темпераментный южанин вторгается в интимную зону сдержанного представителя северного народа, потому что самто воспринимает это расстояние как социальное, а его дружелюбие выглядит как агрессия.

И наоборот, нормальная, комфортная для европейца дистанция в глазах восточного человека будет демонстрацией холодности и отстраненности.

Вот реальный, хоть и несколько анекдотичный случай. Став жертвами латиноамериканской манеры общения, двое немецких туристов упали в бассейн около своего отеля. Дело было так. Гид, желая проявить радушие, активно жестикулировал и, изображая радушие на лице, все ближе и ближе придвигался к группе немецких туристов. Те пятились, пятились, а гид все приближался и приближался... пока двое немцев не свалились в бассейн.

Интересно, что, хотя ни немецкие туристы, ни мексиканский гид изначально не были настроены друг к другу плохо, после инцидента их оценки друг друга были негативными. Немцы обвинили гида в назойливости и бесцеремонности, а обескураженный латиноамериканец заявил, что немцы чванливы и невоспитанны. На самом деле все они хорошие люди и остались бы довольны друг другом, если бы помнили, что у южных народов принято разговаривать, чуть ли не касаясь носами, а у северных – оставаться на почтительном расстоянии.

Расстояние, которое люди инстинктивно выбирают для общения, может многое рассказать приметливому наблюдателю об их отношениях.

**Личное предметное пространство** – это вещи, по отношению к которым мы претендуем на эксклюзивный доступ. И дело тут совсем не в праве собственности: рабочий стол и компьютер в офисе принадлежат не Вам, но коллега, который воспользуется ими без спроса, вызовет Ваше закономерное раздражение. И страсть, с которой домохозяйка отгоняет от раковины гостью, решившую в порядке дружеской помощи помыть посуду, связана совсем не с любовью к мочалке и моющему средству. Она просто защищает свое предметное пространство. Потому что гостья расставит вымытые тарелки не в том порядке. И хозяин гостевого дома должен помнить, что во время уборки комнаты гостя не нужно переставлять его вещи, за исключением случаев, когда это нужно сделать, чтобы протереть пыль.

**Личное жилое пространство** – это место, где можно уединиться. Пусть не квартира – пусть своя комната или хотя бы угол. Поэтому даже в случае заселения гостя в комнате, особенно проходной, постарайтесь обеспечить ему максимум уединенности, сократите количество раз, когда

Вы проходите через комнату либо когда это делают другие гости, обязательно стучитесь при входе и спрашивайте разрешения.

**Личное информационное пространство** – это, прежде всего, право на тайну. Иногда приходится слышать, будто тайна нужна только тем, кто хочет скрыть что-то неблагоприятное. Правда, чаще всего это говорят любители читать чужие письма, почему-то полагающие, что уж их письма точно никто никогда читать не станет. Кажется само собой разумеющимся (но лучше еще раз напомним), что хозяин гостевого дома и его домочадцы ни в коем случае не должны рассматривать без разрешения гостя его личные вещи, корреспонденцию, включать компьютер и т.д.

**Личное эмоциональное пространство** – это чувства, которые мы предпочитаем переживать по собственному усмотрению. Мало что раздражает так сильно, как попытка навязать, в каких случаях и как именно следует грустить, когда радоваться, а когда гневаться. Вероятнее всего, каждый опытный хозяин скажет, что настроение гостя меняется часто, и далеко не каждый человек захочет отвечать на вопросы о причинах того или иного настроения, хотя порой и не против, чтобы хозяин сказал нечто ободряющее.

**Личное время** – это время, не просто свободное от работы, но вообще не связанное никакими обязательствами. Время, которым можно распорядиться по собственному усмотрению, как в голову взбредет: хоть поискать философский камень, хоть лежать на диване.

Можно выучить значения всех видов дистанций и все равно попасть впросак, потому что есть еще и национальные особенности, пример которых мы приводили чуть выше. И, учитывая специфику бизнеса, ориентироваться в вопросах «посягательства» на личное пространство просто необходимо.

Каких же норм придерживаться нам, жителям Республики Алтай? Оказывается, и западных, и восточных, европейских и азиатских. Алтай – огромная страна в самом центре Евразии, где древность соседствует с современностью, а восточные традиции – с западным модерном. Такова уж особенность, можно сказать, изюминка нашей страны в силу и географического расположения, и исторически сложившихся устоев, и правил поведения.

**ВАЖНО!** Вы и Ваши гости имеете право на частную жизнь.

Вы должны тактично проинформировать своих гостей о наличии своей частной жизни и обеспечить им неприкосновенность их частной жизни.

Вы должны разработать правила проживания и поведения в Вашем гостевом доме.

Личные и межличностные расстояния связаны с потребностью в уединении. Вы должны организовать свое дело таким образом, чтобы Ваша



частная жизнь была отделена от Вашей работы по обслуживанию гостей. Лучше это продумать заранее: решить, сколько пространства нужно для себя и сколько для организации проживания гостей. Достичь баланса между обеспечением уединенности гостей и социальным контактом, на который они надеются, нелегко: каждый гость индивидуален. Достигнут этот баланс или нет, хозяин должен решать на основе своих личных наблюдений, так как гости могут и не сказать о своих требованиях.

В этой ситуации могут помочь такие действия:

- если гостиная комната используется и семьей хозяев, предложите гостям посмотреть телевизор совместно; предложите гостям чувствовать себя свободно, чтобы не оставлять их с ощущением необходимости делать что-то из вежливости;

- проинформируйте клиентов о том, чем можно заняться во время пребывания в гостевом доме (прогулка на ферму, в огород, сад и т.п.).

## 6. УПРАВЛЕНИЕ ГОСТЕВЫМ ДОМОМ

---

### 6.1. Качества руководителя

Любое дело, вне зависимости от размеров, требует управления. Открытие собственного дела привлекает многих. Одних – возможностью зарабатывать много денег и стать материально независимым человеком. Других – свободой от распоряжений начальства и возможностью заниматься любимым делом.

Если Вы все же хотите начать собственное дело, хорошенько задумайтесь над теми качествами, которые Вы должны взращивать в себе, чтобы быть успешным.

- **Уверенность в своих силах.** Именно те люди успешны, которые уверены в своих силах и в себе. Вплоть до того, что нужно быть своим собственным наиболее лояльным и преданным почитателем. Если Вы не верите в то, что Вы делаете, никто другой тем более не поверит в это.

- **Мотивация и желание работать.** Вы не сможете стать успешным человеком, если будете весь день напролет лежать и смотреть телевизор, откладывая дела на завтра. Необходимо помнить, что работаете Вы в первую очередь на себя и свою семью.

- **Нацеленность на результат, а не на процесс.** Ставьте перед собой амбициозные, но реалистичные цели, подводя ежедневно промежуточные итоги и оценивая не то, что Вы делаете, а что в итоге получили и чего добились.

- **Оптимизм.** Следует признать, что независимо от опыта предпринимательской деятельности будут случаи, когда Вы не сможете удовлетворить все пожелания гостей, будут разочарования у сотрудников, будут возникать проблемы с подрядчиками и партнерами. Это неизбежно. Постарайтесь извлечь урок из каждого отрицательного случая, при этом старайтесь сохранить положительный настрой и веру в то, что все получится.

Следует помнить, что предпринимателями, как и руководителями, не рождаются, а становятся. Главное – иметь для этого желание и четкие ориентиры того, что Вы хотите в своем деле и как этого достичь.

Говоря об управлении, нужно сразу определиться, каким должен быть результат работы руководителя, ведь ничего материального, в отличие от специалиста, он не создает. **Его главная работа заключается в принятии решений.** И, желательно, эффективных. Как этого добиться? Какие функции выполняет управленец, он же хозяин гостевого дома? Основные управленческие компетенции можно кратко изложить так: анализ, планирование, организация, руководство и контроль.

1. Начнем с **анализа.** Любому владельцу гостевого дома необходимо прежде всего собрать информацию о предприятиях гостиничного бизне-

са, работающих на его территории, проанализировать ее, увидеть ту нишу, которую может занять его дело, подумать о том уникальном предложении, которое он может сделать в настоящее время на рынке. И главное – предвзвешенно оценить, кто готов это купить. Готовы ли потенциальные туристы за это платить? Если да, Вы оценили спрос на предполагаемые услуги.

2. Имея в голове анализ внешней среды, потенциальных потребителей Ваших услуг и конкуренции, можно приступить к этапу **планирования**. Необходимо сформулировать цель деятельности и обязательно расставить приоритеты. Помните, что Ваша идея, Ваша мечта не превратится в реальную цель до тех пор, пока Вы не запишете ее на листе бумаги. Хорошо сформулированная цель конкретна, измерима, реалистична, достижима и ориентирована на определенный промежуток времени. Когда Вы создаете туристское предприятие любого масштаба, необходимо определить для себя, чего Вы хотите достичь через этот вид деятельности, как видите ближайшее и отдаленное будущее предприятия, какова роль членов Вашей семьи и работников, каким образом Вы будете мотивировать всех достичь хороших результатов. Но, с нашей точки зрения, наиболее важная цель – какими людьми вы все станете, какие качества характера вы в себе возрастите, насколько счастливее все станут.

Исследователи заметили, что все люди, которые основали прибыльное дело, обладают некоторыми общими чертами. Прежде всего, это умение воплотить интересную идею в реальность. Хорошие предприниматели не умнее каждого из нас. Просто большинство людей заканчивает все на уровне разговора, а они стараются довести дело до конца. Когда цель ясна, необходимо составить план действий (что именно сделать, какие шаги предпринять для достижения поставленной цели). Имея перед глазами план действий, подумайте, какие ресурсы Вам понадобятся, есть ли они сейчас, и если нет, то где Вы собираетесь их взять. Хотите того или нет, но Вы уже перешли к составлению бюджета и оценке своих возможностей!

Этап планирования подходит к концу. Осталось самое важное – принять решение! Браться за создание и развитие гостевого дома или нет. Как только определитесь, посвятите в свой замысел членов семьи или партнеров, с которыми собираетесь работать, ведь это те люди, которые могут как поддержать Вас в начинаниях, так и завалить работу.

3. Вспоминаем теперь, что руководитель должен не только грамотно спланировать, но и организовать **выполнение** своего решения (получить ресурсы, необходимые материалы, инструменты, финансы, информацию, подготовить персонал, породить в нем уверенность, что поставленной цели можно достичь, установить контакты с подрядчиками, партнерами и т.д.).

4. Процесс запущен. Осталось контролировать его и проводить **регулярную оценку результата** (в том числе финансового, т.е. доходов и

прибыли), чтобы вовремя вносить изменения в целях и планировать работу в быстро изменяющихся условиях. Особое внимание уделите качеству Вашей продукции и услуг, помня о ее особенностях и уникальности продукта. Увеличивающееся число постоянных клиентов будет свидетельствовать об успехе Вашего дела, в то время как его уменьшение будет показывать обратное.

#### САМЫЕ РАСПРОСТРАНЕННЫЕ ОШИБКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

##### • **Излишняя самоуверенность или крайняя неуверенность в себе.**

Мысль о том, что у нас есть все ответы, порой приводит к отсутствию нужной самокритичности, а неуверенность в своих силах делает беспомощным и «крадет» возможность рисковать, так необходимую предпринимателю.

• **Эгоизм.** Вера в то, что этот мир вращается вокруг нас и подчиняется нашему воображению, приводит к мании величия. Помните, что в центре деятельности любого дела стоит не предприниматель, а КЛИЕНТ, который, покупая наши услуги, приносит стабильный доход, который мы можем направить на выполнение всех своих идей. Нет КЛИЕНТА – нет будущего у нашего дела.

• **Недостаток фокуса или отсутствие четкой цели.** Движение от одного проекта к другому без видения одной четкой картины происходящего приводит к тем же последствиям. Это одна из самых распространенных ошибок. Начните свое предприятие с малого. В случае успеха Вы постепенно сможете расширить свое дело.

• **Розовые очки.** Предпринимательство – одна из очень рискованных сфер деятельности. Уделяйте достаточное время анализу фактов, не закрывайте глаза на негативные симптомы, не позволяйте себе недооценивать трудности и растить в себе неоправданный оптимизм. Определите и оцените риск и вероятность каждой значительной угрозы, размер возможного ущерба. Будьте внимательны при выборе партнеров. Сегодня встречается еще много псевдопредпринимателей, которые становятся банкротами и таким образом ставят под удар своих партнеров.

• **Несоблюдение деловых обязательств.** Никогда не нарушайте их, так как это ставит под угрозу дело других людей, увеличивает риск и недоверие к Вам. **Репутация** среди клиентов и партнеров – самый большой капитал любого предпринимателя.

## **6.2. Разрабатываем собственный бизнес-план**

### ***От предпринимательской идеи к бизнес-плану***

Кто из нас не мечтал иметь собственный бизнес, который бы приносил постоянный и стабильный доход! Время от времени нас даже посещают интересные и выгодные идеи (по крайней мере, мы так считаем).

Вспомните, сколько идей Вам приходило в голову и сколько из них Вы действительно продумали и просчитали? Боюсь, что большинство было просто забыто. А когда мы видим, как кто-то вдруг воплотил нашу идею в жизнь, с разочарованием думаем: «Ну, я же думал и хотел...».

Нам в голову действительно приходит много идей, но все они остаются просто идеями до тех пор, пока мы не сядем и не начнем задавать себе следующие вопросы:

- что из себя будет представлять мое дело;
- какие ресурсы будут необходимы (персонал, денежные и материально-технические средства, умения, навыки);
- насколько востребованы данные услуги;
- кто еще занимается аналогичным делом;
- понадобятся ли мне партнеры.

Если Вам удалось объективно и аргументированно ответить на все вышеперечисленные вопросы, считайте, что первый этап Вы прошли: просто идея превращается в предпринимательскую идею!

Но останавливаться еще рано. Следующий не менее важный шаг – расчет эффективности предпринимательской идеи. Для этого необходимо спланировать свое дело.

### ***Планирование деятельности***

**Планирование дела** – это процесс, который позволяет определить четкие цели, средства и методы их достижения, установить приоритеты.

В рыночной экономике предприниматели не смогут добиться стабильного успеха, если не будут четко и эффективно планировать свою деятельность, постоянно накапливать и анализировать информацию о состоянии рынка туризма и услуг размещения, положении на них конкурентов. Так же как и о собственных перспективах и возможностях. При всем многообразии форм предпринимательства существуют ключевые положения, применимые практически во всех областях коммерческой деятельности. Они необходимы для того, чтобы своевременно подготовиться и обойти потенциальные трудности и опасности, тем самым уменьшив риск в достижении поставленных целей. Для этих и некоторых других целей применяется планирование и его результат – бизнес-план.

Бизнес-план является рабочим инструментом, используемым во всех сферах предпринимательства. Бизнес-план описывает процесс функционирования организации, показывает, каким образом ее собственники собираются достичь своих целей. Принято считать, что бизнес-план – это документ, который необходим банку в качестве обоснования для выдачи кредита. Но, как показывает практика, до сих пор в мире не придумано другого инструмента, который бы так наглядно и просто показал все выго-

ды или возможные риски дела. Это живой инструмент, который позволяет при изменении данных быстро спрогнозировать будущую прибыль.

Из каких же разделов состоит бизнес-план?

1) Общие исходные данные и условия: титульная страница (название проекта, Ф.И.О., адрес и контакты автора, общая стоимость проекта, запрашиваемая сумма, если бизнес-план готовится для представления в банк).

2) Резюме (краткое содержание проекта).

3) Описание организации (ресурсов и опыта будущего предпринимателя).

4) Описание сути проекта (что создается, где, на какой земле, из чего состоит, что там будет происходить, кто будет работать, как будет управляться).

5) Описание видов выпускаемых товаров или оказываемых услуг, их объемы.

6) Описание конкурентов.

7) Рынок сбыта товаров и услуг (где и как).

8) Финансовый план (прогноз доходов, предстоящих затрат, расчет прибыли, расчет погашения кредита).

9) Анализ рисков.

Процесс составления бизнес-плана можно сравнить с **пошаговым принятием решений**. Как только в п. 4 Вы опишите свой проект и определитесь с видами товаров и услуг, придется принимать решение в отношении того, насколько сильны Ваши позиции (по сравнению с другими участниками рынка) и приемлемы ли рыночные условия для осуществления Вашего дела. На этапе 5 – достаточно ли ресурсов (сейчас и в перспективе) для нормального функционирования дела. Финансовый план поможет принять решение о выгодности дела. Последний шаг – «Анализ рисков» – самый сложный и зачастую непредсказуемый. Однако именно здесь Вы должны задуматься о безопасности своего дела и ответить на вопрос: «А что, если?..». К таким «если» можно отнести:

- отказ членов семьи поддерживать Вас;
- изменение законодательства в части ужесточения требований к размещению туристов;
- открытие в Вашем районе новой туристической базы или базы отдыха;
- появление других гостевых домов в Вашем селе;
- отказ банка в предоставлении кредита;
- потеря связи с туроператором, с которым Вы заключили договор о продаже услуг;
- неблагоприятная погода во время туристического сезона;
- отказ клиентов, которых Вы ожидали, приехать и так далее.

Составление бизнес-плана требует соблюдения определенных принципов, игнорирование которых может привести в лучшем случае к разочарованию, а в худшем – к потере вложений и банкротству.

#### ПЯТЬ ПРИНЦИПОВ СОСТАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНА

1. Будьте точны и внимательны при расчетах. Лучше перепроверьте данные еще раз или привлечите для этого специалиста.
2. Будьте честны и объективны, используйте только факты.
3. Будьте пессимистичны, не преувеличивайте ожидаемые результаты.
4. Своевременно пересматривайте и корректируйте свой бизнес-план.
5. Не надейтесь на авось, принимайте рациональные и обоснованные решения.

**ВАЖНО!** Если Вы планируете использовать бизнес-план для привлечения финансовых средств, например, обратиться в банк для получения кредита, не забудьте, что, возможно, специалисты банка мало что понимают в Вашей предпринимательской идее. Постарайтесь представить не только расчеты, но и подробно описать суть Вашего дела.

## 7. ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ

---

Продвижение представляет собой деятельность по информированию и убеждению покупателей с целью повлиять на их решение купить определенный продукт.

### 7.1. Цена

Цена является одним из ключевых аспектов, который может как привлечь, так и оттолкнуть клиентов. Владелец гостевого дома необходимо решить сразу несколько проблем: с одной стороны, нужно сделать цену конкурентоспособной, доступной для клиентов, с другой – оказание услуг должно приносить Вам хорошие доходы и, конечно, прибыль. Так на чем же должна основываться цена? Существуют разные подходы в определении цены.

#### **Ценообразование, основанное на издержках**

Этот метод достаточно простой: исходить из того, что издержки на оказание услуги размещения должны покрываться. В этом случае для определения цены необходимо произвести калькуляцию затрат, т.е. посчитать себестоимость услуги, включая расходы на организацию проживания гостя, его питание, дополнительные услуги, затем добавить ту норму прибыли, которую Вы хотели бы, как говорится, «оставить у себя в кармане». И не забудьте прибавить 10–20% за посреднические услуги Вашему тур-оператору!

**Ценообразование, основанное на ценах конкурентов** (уровне предложения на рынке)

Представим, что Вы посчитали цену своей услуги на основании своих издержек. Достаточно ли этого? Сможете ли Вы ответить на вопрос, высокая это цена или низкая? Уверены ли Вы, что сможете продать свои услуги по такой цене? Наверное, нет. Дело в том, что, как мы уже отмечали выше, чаще всего Вы далеко не единственный поставщик на этом рынке услуг. Турист как потенциальный клиент всегда имеет выбор мест. Это означает, что, хотите того или нет, но Вы уже вовлечены в конкуренцию. Поэтому Вам потребуется обязательно посмотреть по сторонам и узнать, по каким ценам продают свои услуги другие гостевые дома и соседние туркомплексы. Ваша конечная цель – сделать цену конкурентоспособной, что, однако, совсем не означает сделать ее самой низкой. Почему?

Как показывает практика, отношение покупателей к услугам по самым низким ценам далеко не всегда положительное. С психологической точки зрения у покупателей существует убеждение, что высокая цена озна-



чает высокое качество продукта, поэтому к очень дешевым продуктам они относятся с недоверием. Цена продукта дает потребителю ощущение престижности. В индустрии туризма некоторые гостиницы устанавливают очень высокие цены, которые обеспечивают им определенный имидж и привлечение клиентов такого класса, которые хотят ассоциировать себя с этим имиджем. С другой стороны, слишком высокие цены могут оттолкнуть определенную группу клиентов, которые предпочтут более доступные виды отдыха. Для сельского туризма несоответствие цены предлагаемым условиям размещения может стать основным критическим моментом.

### **Ценообразование, основанное на уровне платежеспособности клиентов (уровне спроса)**

Как мы видим, установление цены на услугу размещения – процесс непростой. Мы уже рассказали о двух способах ценообразования, но стоит упомянуть и о третьем, основанном на финансовых возможностях клиента, его способности платить за предлагаемые услуги. Суть его заключается в том, что покупатель может быть готов заплатить значительно больше, чем стоило произвести данный продукт. Ваша задача – определить, в какую сумму он оценивает, простите за тавтологию, ценность Вашей услуги размещения. Сколько он готов заплатить? Каким потребителям, какой целевой группе предназначены Ваши услуги?

Однако мы должны Вам сказать, что такой подход к ценообразованию большинство клиентов считают несправедливым и относятся к таким владельцам гостевых домов негативно.

У каждого из подходов к ценообразованию свои достоинства и недостатки. Нетрудно понять, что использование только одного из подходов может быть опасным. Если, например, цена Ваших услуг будет ниже цен конкурентов, но одновременно не будет покрывать расходы Вашего гостевого дома, то услуги будут конкурентоспособными, но убыточными. Идеальная цена – это баланс всех трех подходов: расходов, цен конкурентов и платежеспособности клиентов.

### **Насколько чувствительны покупатели к цене?**

Насколько больше туристов Вы привлечете, уменьшив цену? Сколько Вы потеряете, если цены поднимутся?

В целом туризм имеет тенденцию быть продуктом, который очень чувствителен к цене (эластичен). Конкуренция в туристической отрасли крайне не сильна, благодаря чему потребители имеют большой выбор мест отдыха, размещения, дополнительных услуг. Большие туристские компании иногда вынуждены уменьшать свои цены настолько, насколько это возможно. А небольшие туроператоры, напротив, могут выжить с более вы-

сокой ценой, так как они сфокусированы на определенной части туристского рынка и имеют свой специализированный сегмент.

### **Насколько влияет на цену новизна продукта?**

Организация услуг размещения в гостевых домах – достаточно новый вид туризма, особенно в Кош-Агачском, Улаганском районах Республики Алтай, что дает как положительные, так и отрицательные следствия для продвижения такого рода услуг. С одной стороны, правила маркетинга позволяют назначать новым продуктам самую высокую цену. Однако, с другой стороны, покупать новый продукт порой рискованно, тем более когда есть столько заменителей. Поэтому верной и более реалистичной может быть и альтернативная стратегия с использованием более низкой цены, что позволяет продукту внедриться на рынок.

### **Как связаны ожидания клиентов и цена?**

Самым непосредственным образом. Туристическая услуга – это продукт, который потребитель приобретает (выбирает) в одном месте, а потребляет в другом. Поэтому нужно сделать все, чтобы цена оправдала ожидания клиентов от средств размещения, иначе это может привести к разочарованию. А, как известно, неудовлетворенный клиент может сделать Вам очень плохую рекламу!

### **Как «поиграть» с ценой на основные и дополнительные услуги?**

Когда имеются разные типы продуктов, возможно для привлечения клиентов использовать более низкие цены на услуги размещения, которые могут быть компенсированы более высокой стоимостью дополнительных услуг.

К тому же стоит помнить, что туристы имеют большой опыт путешествий и чувствительны к таким ценам, которые они воспринимают как необоснованные. Они могут негативно реагировать на услуги, за которые назначают отдельные цены, так как считают, что это должно быть включено в общую стоимость (т.е. в цену основной услуги). Простой пример – оплата за пользование баней, когда других возможностей помыться не предусмотрено. Опытные хозяйки Чемальского района предоставляют одну бесплатную баню для парения при оплате проживания за трое суток или включают в стоимость проживания ежедневную неполную топку бани для мытья.

### **Возможны ли скидки?**

Для стимулирования спроса в период снижения сезонной активности могут предлагаться разнообразные скидки, например:

- скидки для тех туристов, которые остаются на длительный срок (10–30%);
- скидки для постоянных клиентов (5–15%);
- скидки на услуги вне сезона (10–0%);
- скидки для детей (например, бесплатно до 5 лет без предоставления спального места, 30% с 5 до 10 лет, 15% с 10 до 12 лет);
- скидка для сопровождающего персонала (например, принимается бесплатно при группе от 10 детей и больше).

**ВАЖНО!** Начинаящим предпринимателям надо помнить, что в цену со скидкой включается также комиссионное вознаграждение для партнеров – городских турфирм, если планируется привлечение туристов с их помощью. Комиссия может составлять 10–20% в зависимости от договоренности.

## 7.2. Правила проведения взаиморасчетов в туризме

1) Плата за услугу размещения производится вперед за весь срок (ведь услуга уже подготовлена).

2) Если клиент приехал без предварительного бронирования, то расчеты производятся сразу после осмотра гостевого дома, знакомства с условиями проживания, регистрации клиента хозяйкой.

3) Если клиент бронирует дом предварительно, то хозяева вправе попросить его сделать предоплату. Срок оплаты, сумма регулируются договором, который хозяин заранее отправляет клиенту. Оставшуюся сумму клиент вносит сразу после заселения.

4) Если клиент сделал заказ через турфирму, то он оплатил там полностью все услуги. Турфирма должна перечислить стоимость отдыха клиента хозяину перед прибытием клиента. Деньги перечисляются на расчетный счет предпринимателя или на его банковскую карту. Советуем хозяину договориться с банком о том, что банк будет давать ему по телефону информацию о поступлении на его счет или карту денежных средств.

5) Оплата дополнительных услуг производится перед отъездом.

**ВАЖНО!** Ни в коем случае нельзя повышать цену после оказания услуги: это катастрофически снижает имидж любого предпринимательского дела.

**ОЧЕНЬ ВАЖНО!** Цены за проживание должны оставаться **едиными в любой точке реализации**, если туристы привлекаются посредническими турфирмами. Иными словами, если клиент прибыл от посредников, он должен получить информацию о цене такую же, какую он получал у посредников. В этом случае соблюдаются договорные условия и не «подставляются» партнеры по бизнесу. Это основное условие для всех участников цепочки. При соблюдении договоренности о поддержании единой цены на услуги гостевого дома не прекращается поток туристов, поскольку Ваш гостевой дом систематически предлагается в городах.

Иногда владелец гостевого дома сообщает гостям, что он готов принять их по более низкой цене в следующий раз, если они приедут напрямую, без обращения в турагентство. В этом случае он лишает заработка своих партнеров, которые со временем узнают об этом и прекращают с ним работать.

Поэтому каждый владелец гостевого дома должен для себя решить, каким образом он будет привлекать туристов: через посредников-партнеров или проводить самостоятельную дорогостоящую рекламную деятельность. Здесь необходимо сделать выбор. Если используются оба вида работы, то свои обязательства перед партнерами надо твердо выполнять. Если городская фирма-партнер не забывает Вас и постоянно шлет клиентов, то комиссия ей может быть повышена.

Цены для прямых клиентов необходимо поддерживать те же, что и для непрямых клиентов.

### **7.3. Откуда взять туристов**

Задуматься об этом надо еще до того, как семья решила сделать гостевой дом из своего жилья или до начала строительства нового дома для гостей. Успешное продвижение своих услуг – очень важная часть дела, без нее все затраты по созданию услуги будут напрасными.

Существуют разные виды оповещения туристов об услугах: через внешние рекламные щиты на дороге, через размещение информации в Интернете, путем размещения объявлений в СМИ, на ТВ, на радио, путем заключения договоров с городскими турагентствами на поставку туристов, путем участия в туристических ярмарках. Продвижением услуг надо заниматься все время, не упускайте для этого ни малейшего шанса.

На основании многолетнего опыта мы советуем следующее.

- Изготовить визитки с точными данными Вашего объекта (название, Ф.И.О. владельца, адрес, телефон, адрес электронной почты, адрес сайта, если есть). Куда бы Вы ни пошли, имейте с собой визитки и делитесь ими со всеми, через кого могут приехать туристы. Сообщайте также о комиссии, которая будет выплачена Вами в случае направления гостей.

- Изготовить рекламные буклеты с тремя – пятью фото Вашего объекта, кратким описанием услуг и контактными данными. Тираж буклета – 500–800 шт. Их надо раздавать на туристических ярмарках турагентствам, будущим клиентам, высылать друзьям и знакомым, проживающим в городах, обеспечить буклетами своих родственников и друзей в месте проживания, которые работают в коллективах и периодически принимают разные комиссии из других регионов России.

- Самая эффективная и доступная по цене реклама – в Интернете. Необходимо изучить сайты, которые предлагают подобные услуги, связать-

ся с администратором выбранного сайта, узнать стоимость размещения информации в год. Затем надо сделать цифровые фотографии своего объекта, описать услуги, указать их стоимость, скидки, как добраться, контактные данные. Все это высылается после оплаты размещения информации. Лучше дать информацию на двух – трех популярных сайтах, чем изготовить свою собственную страницу и разместить ее в Интернете, потому что создание собственной страницы требует навыков, времени и опять же денежных вложений для ее продвижения и популяризации.

- После того как информация появилась в Интернете, надо всегда оставаться на связи, всегда иметь с собой сотовый телефон. Все домашние должны быть предупреждены о том, как общаться по телефону, если звонит клиент или партнер. Около телефона надо положить пустую форму заявки и ручку, чтобы сразу выяснять все необходимое для приема заявки (см. приложение). Если в месте, где находится гостевой дом или где Вы живете, нет устойчивого сигнала сотовой связи, необходимо договориться с надежным человеком с телефоном, что он будет принимать звонки к Вам. В этом случае необходимо проинформировать письменно этого человека об услугах и их стоимости, как принимать заявку, как передавать ее Вам, договориться об оплате за эту работу.

- Очень рекомендуем поставить около автомобильной трассы стенд с рекламой Вашей услуги, телефоном и указателем. Если Ваш объект стоит не у дороги, то необходимо разместить по пути следования дополнительные указатели.

- Если в Вашем районе работает информационный центр для туристов, обязательно разместите там информацию (визитки, буклеты), заключите договор о направлении туристов за вознаграждение.

- Постарайтесь принять участие в весенней туристической ярмарке в Новосибирске, Барнауле. Это место встречи турагентств и туроператоров. Постарайтесь заинтересовать Вашим объектом или услугой туроператоров, работающих на направлении Горный Алтай. Если удастся договориться хоть с одной турфирмой о совместной работе с Вами предстоящим летом, это будет отлично. Не забудьте взять визитку Вашего партнера. После ярмарки присылайте немедленно запрашиваемую им информацию и ненавязчиво напоминайте о себе поздравлениями с праздниками.

Клиентская база создается не вдруг, на это может потребоваться несколько лет. Самая лучшая реклама – это качественные услуги гостям. Если отдохавшим у Вас людям понравилось, они расскажут своим друзьям и дадут Ваши телефоны.

Если среди Ваших односельчан, которые тоже обслуживают туристов, есть человек, имеющий компьютер и выход в Интернет, то можно договориться, что он подготовит информацию для других участников СЗТ и выш-

лет ее на выбранный всеми сайт. Позднее этот человек может отправлять обновления в сайт, если потребуется, отвечать на запросы, приходящие по электронной почте, и сообщать о них (городские жители скорее напишут электронное письмо, если они заинтересуются Вашим предложением в Интернете, чем будут звонить). Такой человек может стать координирующей фигурой по сельскому туризму в селе или районе.

Продвижение экскурсионных и других досуговых услуг осуществляется несколько иным способом. Мы рекомендуем оказывать бесплатно эти услуги во время рекламных туров, которые часто проводятся разными туроператорами в нашей республике весной. А летом надо работать непосредственно с ближайшими туркомплексами, их старшими инструкторами, чтобы они предлагали Ваши услуги туристам. Если Вы сможете оказывать ваши услуги также на другой территории, кроме своей, то тогда Вы будете работать круглогодично. В межсезонье, в ненастную погоду, Ваши услуги могут оказаться очень кстати.

Для продвижения турпродуктов местного населения мы рекомендуем сотрудничать с экономическими отделами районных муниципалитетов региона. У них есть возможность ежегодно участвовать в туристических ярмарках по льготным ценам. Тогда о Ваших услугах смогут своевременно узнать многие агентские и операторские турорганизации.



## 8. ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

---

### 8.1. Формы ведения гостевого бизнеса

Для организации гостиничного бизнеса Вы можете выбрать форму работы в качестве индивидуального предпринимателя либо в качестве физического лица.

Согласно Гражданскому кодексу РФ владельцы жилья в нашей стране вправе распоряжаться им по своему усмотрению, в т.ч. сдавать внаем. Поэтому можно создать свой гостевой дом, оставаясь физическим лицом. В этом случае надо уведомить свою налоговую инспекцию, что Вы начинаете этот вид деятельности. В течение года необходимо вести книгу учета гостей и сумм, оплаченных ими, а в начале следующего года надо будет представить налоговой инспекции декларацию о доходах и оплатить подоходный налог в размере 13%. Заявление в налоговую инспекцию, книга учета гостей и декларация будут являться подтверждением Вашей легальной работы.

В качестве физического лица принимать туристов удобно пожилым людям, которые оказывают гостям только одну услугу по временному проживанию. С такого механизма можно начать свою деятельность, попробовать, справитесь ли, особенно в тех районах республики, где еще не выстроен плотный поток туристов. Такой механизм возможен в селах, удаленных на большие расстояния от районных центров, откуда ежеквартальное общение с налоговой инспекцией будет экономически дорогостоящим.

Но если Вы хотите работать серьезно и создать надежную экономическую основу своей семье, то регистрация предпринимательской деятельности необходима.

### 8.2. Что дает регистрация предпринимательской деятельности

- Индивидуальный предприниматель (далее ИП) сам несет ответственность за результаты своей деятельности. В туризме работа без партнеров невозможна. Городские турфирмы не будут работать с безответственным человеком, так как в случае недоразумений всю юридическую ответственность будут нести они. Кроме того, у них увеличивается бухгалтерская работа, так как они обязаны удерживать из доходов физического лица подоходный налог и перечислять его в бюджет. Да и клиенты не смогут призвать к ответственности физическое лицо, поэтому некоторые из них избегают отдыхать у таких хозяев.

- Зарегистрированный ИП – это полноправный участник экономического сообщества. Он имеет право рекламировать свою деятельность всеми доступными средствами, заключать договоры, принимать на работу сотрудников.

- Регистрация ИП – это собственное социальное обеспечение. Можно также перечислить пенсионные взносы за своих родных, пока нет возможности выплачивать им официальную зарплату. Таким образом, им будет гарантирован трудовой стаж, необходимый для начисления пенсии.

- Регистрация ИП – это открытость и чистота во взаимоотношениях с партнерами, это легкость во взаиморасчетах. Каждый платит свои налоги.

- Регистрация ИП – это строительство жизни, хозяином которой будете только Вы. Это возможность строить ее на свое усмотрение, в своем ритме, с теми людьми, которые нравятся.

Если Вы решили начать свое дело и стать ИП, то первым делом встанет вопрос о государственной регистрации и постановке на налоговый учет. Если Вы делаете это в первый раз, то мы советуем самому пройти по всем инстанциям, чтобы познакомиться со всеми людьми, с которыми Вы позже будете иметь дело. Воспитайте в себе привычку интересоваться фамилией, именем, отчеством и должностью каждого специалиста, записывать их, а также контактный телефон и адрес электронной почты. В будущем это сэкономит Вам много времени и средств на поездки в районный центр и обратно. Если у Вас есть компьютер, носите с собой флеш-накопитель, чтобы незамедлительно скопировать любой нужный документ.

### **8.3. Что надо знать в начале предпринимательской деятельности**

Регистрация предпринимательской деятельности осуществляется в налоговой инспекции. Туда надо представить заявление по установленной форме, квитанцию об оплате госпошлины (400 руб.), одну фотографию 3,5 см x 4,5 см, свидетельство о присвоении ИНН, паспорт, его копию и заявление о применяемом налоговом режиме.

**ВАЖНО!** Если Вы намерены создать гостевой дом и оказывать услуги размещения, то это **не туристическая** деятельность. Вам следует в заявлении указать так: **деятельность по сдаче внаем жилого помещения для кратковременного проживания.**

Если Вы планируете заниматься другим видом деятельности, то просите специалиста в налоговой инспекции помочь найти в справочнике правильное название Вашего вида деятельности. Это могут быть экскурсионные услуги, услуги конного проката, производство сувениров и др. Вы должны знать, что разные виды деятельности могут иметь разное налогообложение.

Надо поинтересоваться **перед регистрацией**, каким видом налога будет облагаться Ваша деятельность. Деятельность по сдаче жилья внаем облагается единым налогом на вмененный доход (ЕНВД). Экскурсионная, производственная деятельность, конный прокат облагаются упрощенным налогом (УСНО). Пожалуйста, почитайте заранее положение об этих нало-



гах, чтобы узнать их размер, периодичность и вид отчетности, срок оплаты налога.

Вам следует знать, что в настоящее время для составления налоговой отчетности необходимо использовать специальную компьютерную программу: в другом виде отчетность не принимается. Программа эта часто обновляется, надо уметь с ней работать.

Мы советуем начинающим ИП воспользоваться бухгалтерскими услугами другого ИП, который сможет составить для Вас своевременно налоговую декларацию и сдать ее в налоговый орган. Для передачи ему этих полномочий Вам потребуется вместе сходить к нотариусу и составить соответствующую доверенность.

Мы должны также сообщить начинающим ИП, что они будут обязаны платить за себя взносы на обязательное и накопительное пенсионное страхование и в фонд обязательного медицинского страхования. За 2010 год годовые размеры этих взносов таковы: в Пенсионный фонд России – 10392 руб., в федеральный Фонд обязательного медицинского страхования – 1039 руб., в территориальный Фонд обязательного медицинского страхования – 572 руб. Если Вы хотите застраховать членов своей семьи, чтобы у них тоже шло накопление пенсий, то Вам придется оплатить такие же суммы за каждого человека.

После получения свидетельства о регистрации предпринимательской деятельности Вам надо получить информационное письмо в Комитете статистики, в котором Вам указываются все необходимые статистические коды.

Затем Вам надо в течение трех дней с момента регистрации уведомить Пенсионный фонд, Фонд социального страхования, встать там на учет. Для этого каждая организация у Вас потребует ксерокопии Ваших уставных документов (ОГРНИП, ИНН, копию паспорта, копию письма Статкомитета, копию пенсионного свидетельства). Уставные документы – это Ваши основные документы, их надо тщательно хранить. Время от времени Вам потребуется делать их копии и представлять в разные организации.

Если Вы позже откроете расчетный счет в банке, то тоже **без промедления** уведомите специальным заявлением налоговую инспекцию (заявление пишется на основании письма из банка). Пожалуйста, не откладывайте это на следующую неделю: к Вам могут применить штрафные санкции.

Согласно законодательству РФ ИП могут работать без печати. Но мы советуем Вам изготовить печать. Она необходима при заключении договоров и выдаче клиентам документов, подтверждающих прием от них денежных средств. Таким документом является бланк строгой отчетности – пронумерованные квитанции. Мы советуем изготовить штук 100 таких бланков в типографии, например, Управления государственной статистики Горно-Алтайска. Тогда Ваши Ф.И.О., ИНН, ОГРНИП, адрес, телефон бу-

дуг отпечатаны на бланках. Вам будет удобно ими пользоваться. Использование этих бланков подлежит определенному учету. Узнайте о нем в Вашей налоговой инспекции или у опытного бухгалтера и заведите его у себя. Учет этот несложен. Стоимость изготовления квитанций невелика. С помощью этих квитанций, заверенных Вашей печатью, Вы всегда можете выдать клиентам легитимный расходный документ, который может быть представлен ими в их бухгалтерию.

Если клиенты будут просить приложить кассовый чек, то Вы можете уверенно им сказать, что на основании Федерального закона №162 ФЗ от 17.07.2009 г. налогоплательщики ЕНВД освобождены от обязанности использовать контрольно-кассовые аппараты.

Если Ваша деятельность облагается единым налогом по УСНО, то Вы должны иметь для расчетов контрольно-кассовый аппарат.

Мы рекомендуем начинающим ИП иметь Налоговый кодекс РФ на рабочем столе и периодически изучать его. Налоговый кодекс – это правила экономической жизни. Как мы знаем и соблюдаем правила дорожного движения при управлении автомобилем, так ИП должны знать правила поведения в предпринимательстве, так как их несоблюдение может быть опасным для жизни предпринимательского дела.

Если в гостевом доме оказываются услуги питания на основе собственной сельскохозяйственной продукции, то необходимо иметь справки, подтверждающие здоровье животных и медицинские книжки всему персоналу, работающему на кухне.

## **9. ФИНАНСОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ (ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ)**

---

Финансовое управление можно определить как систему рационального и эффективного использования капитала (капитал – это все ресурсы, которые могут приносить доход), как механизм управления движением финансовых ресурсов. Конечная цель такого управления – получение прибыли по результатам деятельности. Ведь любые экономические отношения (в том числе и мировые) базируются на стремлении получить прибыль.

Существуют две основные возможности увеличения прибыли: увеличение объема услуг (соответственно увеличение выручки) и уменьшение затрат при оказании услуг (себестоимости), так как прибыль в общем виде – это разница между выручкой и затратами (себестоимостью).

### **Почему финансовое управление важно?**

Большинство рисков в бизнесе относится к финансам. Поэтому, чтобы быть успешным, предприниматель должен планировать, вести учет финансов, проводить систематический анализ и оценивать эффективность использования денежных средств.

### **Финансовое планирование**

С чего начинается финансовое планирование?

Прежде всего составление финансового плана напрямую связано с задачами продвижения дела. Только после того, как появятся ответы на вопросы, какой продукт (услугу или комплекс услуг) планируется предлагать, кто потребитель, в каком объеме и каким образом предлагать, можно переходить к составлению финансового плана.

Финансовый план – это документ, в котором отражается финансовая стратегия и способы ее реализации, обеспечивающие прибыльность, платежеспособность и финансовую устойчивость дела, а в целом – увеличение доходов собственника. Важно учесть, что план без его последующего анализа теряет всякий смысл. Скорее план нам необходим для того, чтобы провести анализ и сделать выводы о выгоды нашего дела. Инструменты, которые мы предложим Вам, используют как при планировании, так и при анализе. Это бюджет доходов и расходов, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств.

### **9.1. Бюджет доходов и расходов**

Наиболее простым инструментом финансового планирования является бюджет, который содержит два основных компонента – доходы и расходы.

**Доходы** – любой приток денежных средств или получение материальных ценностей, обладающих денежной стоимостью.

**Расходы** – это все то, что ухудшает финансовое положение дела, но необходимо для производства и поставки товаров, оказания услуг или осуществления других видов деятельности, составляющих основные и постоянные направления работы данного предприятия (вне зависимости от размера дела).

Существует две формы расходов.

**Явные расходы** – это такие расходы, которые предполагают реальную выплату денег.

**Скрытые расходы** – это такие расходы, которые не предполагают реальную выплату денег (например, амортизация – это постепенное перенесение стоимости имущества на стоимость услуг, после чего мы можем считать, что оно окупилось).

Как правило, бюджет составляется сроком на один год, но это не означает, что достаточно поставить две желаемые цифры и на этом успокоиться. Составление бюджета особенно требует внимательности и скрупулезности!

### **Как перевести Ваше дело в цифры бюджета?**

Начнем с подсчета расходов или затрат. Если Вы только собираетесь начать оказывать гостиничные и туристские услуги, то в первую очередь необходимо сделать калькуляцию затрат.

Калькуляция (или себестоимость единицы продукции) – это перечень затрат, используемых в процессе производства одной единицы продукции (товара или услуги на 1 чел./день), выраженной в денежном эквиваленте.

Для более глубокого понимания сущности затрат необходимо классифицировать их в зависимости от вида деятельности и от возможности непосредственного отнесения на единицу изделия.

Одним из основных способов классификации затрат является их разделение в зависимости от вида деятельности на переменные и постоянные.

**Переменные затраты** – это затраты, непосредственно изменяющиеся в зависимости от количества производимых товаров и услуг (например, сырье, комплектующие, сдельная оплата труда).

**Постоянные затраты** – это затраты, не зависящие от изменения количества выпускаемых товаров (например, содержание офиса, заработная плата в виде постоянных окладов, коммуникации и связь, коммунальные услуги и т.д.).

**ВАЖНО! БУДЬТЕ ОСТОРОЖНЫ!** В каждом конкретном случае статьи затрат и их стоимость может меняться в зависимости от специфики услуг!

Рассмотрим расчет калькуляции на примере услуги питания в гостевом доме (на одного человека в день)

Затраты	Категория затрат	Сумма условная, руб. в день
Продукты питания, необходимые для приготовления завтрака, обеда, ужина	переменные	250
Расходы на электроэнергию, газ при приготовлении пищи	переменные	20
Амортизация оборудования (электроплита, холодильник, электромясорубка, соковыжималка, посудомоечная машина, блендер). Общая стоимость кухонного оборудования – 60000 руб.	постоянные (из расчета на 1 год), 5000 в месяц	14
Заработная плата повара с налогами 14% на зарплату за 0,5 дня работы	переменные	200

Для расчета стоимости применим следующую формулу:

Себестоимость = переменные затраты (на 1 ед.) + постоянные затраты.

В результате получится, что себестоимость питания (на 1 человека в день) равна  $250 + 20 + 14 + 200 = 484$  руб.

После того, как расходы подсчитаны, можно рассчитать цену:

**ЦЕНА = себестоимость + наценка,**

где наценка – доля прибыли, которую мы хотим заложить в цену.

Цена =  $484 + 250 = 684$  руб.

Расчет цены является базовым показателем как для формирования расходов, так и для прогнозирования доходов. Аналогичным образом рассчитываются цены и на другие услуги.

Мы рассмотрели один из подходов к определению цены – ценообразование, основанное на издержках. В главе о ценах и взаиморасчетах мы предлагали и другие подходы. Но какой бы подход Вы не применяли, расчет затрат все равно нужен, так как позволяет проверить, выгодна цена или нет. Время от времени (в зависимости от изменения внешней ситуации), примерно 1–2 раза в год эта процедура должна повторяться.

Теперь перейдем непосредственно к составлению бюджета доходов и расходов. При составлении можно использовать 2 подхода – детальный (с разбивкой по кварталам, месяцам, неделям и даже дням) и усредненный (средние показатели в перспективе на 1 год). Для тех, кто оказывает услуги сезонно, больше подойдет детальный, так как основная часть доходов и расходов приходится лишь на несколько месяцев в году и значительно снижается в другие периоды. Отображение средних показателей в данном

случае не даст объективной информации и введет Вас в заблуждение. Второй способ более приемлем для тех, кто работает постоянно и имеет примерно одинаковый доход из месяца в месяц с несущественной разницей.

Доходы	Кварталы				Общая сумма
	1-й	2-й	3-й	4-й	
• от услуг размещения					
• от услуг питания					
• от дополнительных услуг гостевого дома					
• от экскурсионных услуг					
• кредит банка					
• другие доходы					
ИТОГО доходов					
Расходы	Кварталы				Общая сумма
	1-й	2-й	3-й	4-й	
• оплата труда					
• налоги с оплаты труда					
• связь					
• реклама					
• моющие средства					
• электроэнергия, газ					
• транспортные расходы					
• коммунальные (отопление, водоснабжение)					
• амортизация					
• выплаты по кредиту					
• налог в соц. фонды предпринимателя					
ИТОГО расходов					
<b>Прибыль (убыток)</b>					

Напомним, что бюджет – это лишь плановые показатели, но уже на этом этапе можно увидеть, останетесь Вы с прибылью или понесете убыток и что нужно предпринять, чтобы не случилось последнего...

## 9.2. Отчет о прибылях и убытках

Что такое отчет о прибылях и убытках?

Прежде всего это определение разницы между всеми доходами, которые поступили в результате деятельности (основной и дополнительной), и расходами, которые пришлось осуществить.

Прибыль = доходы – расходы

Если доходы превышают расходы, то мы имеем в наличии прибыль, если расходы превышают доходы, то убыток. Отчет прибылей и убытков имеет следующий вид.

Отчет о прибылях и убытках составляется с прогнозом на любой период деятельности. Конечно же, с увеличением периода времени, например, на год или два, прогнозировать сложнее: в таком случае нужно быть «объективным пессимистом». Лучше получить непредвиденную прибыль, нежели непредвиденный убыток.

Итак, на что обратить внимание после того, как Вы составили отчет?

- Есть ли прибыль и достаточна ли она для того, чтобы работать ради нее.
- Будет ли достаточно прибыли для дальнейшего развития дела или нет; за счет чего можно увеличить прибыль.
- Достаточно ли имеется ресурсов для получения прибыли или их нужно увеличить (например, через получение кредита).

Для чего необходим отчет о прибылях и убытках?

- Если на этапе планирования Вас не устраивает прибыль или, хуже того, складывается убыток, можно кардинально пересмотреть деятельность уже сейчас, а не в момент, когда такая ситуация сложится.
- Если прибыль достаточна, то можно думать о расширении дела или об открытии другого направления в нем.

### **9.3. Отчет о движении денежных средств**

Отчет о движении денежных средств – это описание всех поступающих объемов денежных средств на предприятие и всех выплат, которые Вам приходится осуществлять наличным и безналичным способом (через банк).

Наличность не следует путать с прибылью. Прибыль – это результат деятельности, полученный вследствие оказания услуг. Например, при подсчете прибыли мы вычитаем из нее затраты, к примеру, на амортизацию, соответственно ее уменьшаем. Но фактически эти деньги остаются у нас.

Цель прогноза и анализа движения денежных средств – определение приблизительных изменений в объемах наличности за определенное время (месяц, квартал, год). Основной метод, который при этом должен использоваться, – так называемый кассовый. Смысл его заключается в том, что денежные средства (доходы или расходы) учитываются в тот момент, когда Вы их фактически получили/осуществили (или планируете получить/осуществить) в виде наличных или на расчетный счет. Например, Вы ежемесячно в течение апреля, мая и июня начисляете налоги на заработную плату себе и своим сотрудникам и относите их на затраты по оказанию услуг в том месяце, в котором они возникли. Однако фактически всю сумму налогов Вы перечислите только в июле.

Как составить отчет о движении денежных средств:

- выберите дату отчета, например, начало года или месяца;
- определите, какая сумма у Вас имеется на этот момент времени;
- прибавьте к ней предполагаемые суммы поступлений (можно исходить из данных отчета о прибылях и убытках);
- вычтите все платежи, которые Вам придется сделать;
- и в итоге получится сумма остатка денежных средств.

Отчет о движении денежных средств выглядит так

№ п/п	Виды денежных средств	Квартал			
		1-й	2-й	3-й	4-й
1	Наличность на начало периода				
2	Приток наличности, в т.ч.				
3	Выручка от реализации услуг				
4	Кредит				
5	Другие поступления				
6	Всего приток наличности (3+4+5)				
7	Расход наличности, в т.ч.				
8	Сырье, материалы				
9	Заработная плата				
10	Налоги с оплаты труда				
11	Электроэнергия				
12	Аренда				
13	Обслуживание и ремонт				
14	Командировки				
15	Связь				
16	Коммунальные услуги				
17	Индивидуальный налог ИП				
18	Прочие расходы				
19	Процент и основная сумма погашения кредита				
20	Покупка оборудования				
21	Всего расход наличности (сумма пунктов с 7 по 20)				
22	Наличность на конец периода (1+6–21)				

Если в момент планирования итог оказался отрицательным, необходимо выяснить причины этого.

Составление отчета о движении денежных средств позволяет решить такие задачи:

- выявить, каким количеством денежных средств Вы сможете распорядиться в определенный момент времени:



- использовать излишки наличности на другие нужды или положить на депозит.
- при недостатке денежных средств продумать варианты по получению кредитов или отсрочить часть платежей.

#### **9.4. Подведение итогов и анализ показателей**

Все основные документы подготовлены и по отдельности проанализированы, пришло время принимать решение. В первую очередь положите перед собой все три документа (бюджет доходов и расходов, отчет прибылей и убытков и отчет о движении денежных средств) и посмотрите на них в комплексе. Проверьте соответствие данных в каждом из них и правильность математических расчетов.

#### **Определите, рентабелен ли Ваш бизнес.**

**Рентабельность (R) продаж** – отношение прибыли к полученным от реализации доходам. Рентабельность измеряется в процентах.

$$\mathbf{R \text{ продаж} = ЧП : выручка \times 100,}$$

где ЧП – чистая прибыль (остающаяся в Вашем распоряжении); выручка – доход от реализации товаров (услуг).

Полученное значение показывает, какую часть от всего объема продаж составляет чистая прибыль.

**Рентабельность вложений** – это отношение прибыли к себестоимости товаров, работ, услуг.

$$\mathbf{R \text{ вложений} = ЧП : себестоимость \times 100,}$$

где ЧП – чистая прибыль (остающаяся в Вашем распоряжении); себестоимость – все затраты (постоянные и переменные), произведенные при производстве продукции (товаров, услуг).

В результате Вы узнаете, сколько получили прибыли на каждый вложенный рубль. Основой для определения рентабельности служит отчет о прибылях и убытках. Используя эти показатели, Вы сможете оперативно отслеживать прибыльность (на этапе планирования в качестве прогноза и на этапе анализа итогов).

#### **Насколько устойчива Ваша деятельность?**

Управление финансами – это не только отслеживание данных на текущий момент времени. Это также контроль над устойчивостью Вашего дела в ближайшей и долгосрочной перспективе. Чтобы определить собственную финансовую устойчивость, ответьте на три вопроса.

1. Способна ли организация оплачивать текущие расходы из текущих доходов?
2. Будет ли способна организация покрывать будущие расходы из будущих доходов?
3. Способна ли организация покрывать непредвиденные расходы?

Предложенные вопросы – это три основных критерия финансовой устойчивости. Текущие расходы – это, например, заработная плата сотрудникам, организация питания клиентов, оплата налогов и т.д. Будущие расходы – такие, как выплаты по кредиту, которые Вы должны будете планировать исходя из будущих доходов.

Сложнее всего оценить свою способность покрывать непредвиденные расходы, т.е. те, которые Вы не планировали. Это может быть как поломка оборудования, резкое повышение цен на товары, которые необходимы для оказания услуг, так и штрафы или административные взыскания.

### 9.5. Деньги любят счет

Многие предприниматели, начав свою деятельность, стараются держать все цифры в голове. Но потом наступает момент истины: рано или поздно Вы начнете задавать себе вопрос: «А сколько же я заработал?». И вот тут Вы начинаете судорожно вспоминать, что зарабатывали, что тратили... Чтобы этого не случилось, возьмите себе в привычку фиксировать все поступления и расходы. Это не требует серьезных временных затрат и ведения многих сложных документов. Кроме того, если Ваше дело – крестьянское или фермерское хозяйство с применением специального налогового режима либо если Вы зарегистрированы как индивидуальный предприниматель на основе упрощенной декларации, то нужно вести книгу учета доходов и расходов в соответствии с требованиями налогового кодекса.

Если же Вы индивидуальный предприниматель, применяющий налоговый режим ЕНВД и не использующий труд наемных работников, официального ведения документации по учету не требуется. В данном случае для личного учета Вам потребуется одна тетрадь, куда будут заноситься следующие данные.

Дата	Сумма прихода	Сумма расхода	Содержание операции
01.01.2010	5000		Оплата проживания от Кузнецова Е.Е., Новосибирск
02.01.2010		550	Покупка продуктов для приготовления пищи туристам
03.02.2010	800		Оплата бани Кузнецовым Е.Е., 4 чел. за 4 часа
		800	ГСМ для личного автотранспорта (поездка в Горно-Алтайск на оптовую продуктовую базу, за газом)

Таким образом Вы избавите себя от мучительных мыслей «Куда ушли деньги?» и сможете проанализировать, насколько запланированные доходы и расходы соотносятся с фактическими.

## 10. СТРУКТУРА СЕЛЬСКОГО ЗЕЛЕННОГО ТУРИЗМА

---

В начале нашего пути в 1998 г. нам была передана Ириной Дублянской, которая уже давно печется о появлении этого чудесного вида туризма, небольшая брошюра, в которой описывался опыт организации СЗТ во Франции. Большое спасибо Ирине за этот ориентир. В брошюре была подробно изложена структура французского СЗТ. В центре этой структуры находится профессиональная некоммерческая организация, имеющая свои отделения в районах и помощников в селах. Владельцы жилья, сдаваемого внаем отдыхающим, являются членами этой организации. По договору с организацией они оплачивают ее услуги. Называется эта организация «Жилища Франции». Для членов этой организации правительством установлены налоговые льготы. Все жилье известно под единой фирменной маркой, которая популярна среди населения Франции и гарантирует высокий уровень услуг постояльцам. Эта марка дает владельцам жилья весомые преимущества при получении кредитов, которые берутся для улучшения дома и участка, для приобретения транспорта, домашнего оборудования, оплаты услуг дизайнеров, закладки культурных ландшафтов и прочих нужд. Французское государство частично финансирует деятельность этой организации.

В Германии сельский туризм начал развиваться вскоре после второй мировой войны. Он стихийно рос до 70-х годов прошлого столетия. И только в конце 70-х годов государственная власть Германии стала уделять ему внимание. Делается это до сих пор через старейшую профессиональную некоммерческую организацию «Сельскохозяйственный союз», которая стала получать частичное бюджетное финансирование именно на координацию и развитие сельского туризма. И через 15 лет сельский туризм Германии превратился в обширную туриндурию, приносящую ежегодно десятки миллионов марок налогов.

Нам хочется обратить внимание органов государственной власти Республики Алтай на то, что без систематической работы над проблемами сельского туризма он не превратится в доходную отрасль экономики. Заниматься этой работой должна стабильная организация, которая не исчезнет при смене власти в связи с выборами.

Разумно создать в Республике Алтай центральную некоммерческую организацию, которая будет иметь своих представителей в районах и селах, где сельские жители участвуют в обслуживании туристов. Опыт Некоммерческого партнерства «Зеленый дом», которое работало в Чемальском районе республики с 1998г. в течение 7 лет, показал, что членство в подобной организации помогает сельским жителям быстро стать успешными предпринимателями и оказывать высококонкурентные услуги. С другой стороны, именно работа НП «Зеленый дом» по организации сель-

ского туризма позволила в течение семи лет создать первые сотни объектов СЗТ и привлечь в них на отдых жителей близлежащих городов. СЗТ подхвачен местным населением, закрепился как новое явление в туризме Республики Алтай, стал востребованным у отдыхающих.

Функции центрального звена СЗТ могут быть таковыми.

1. Обучение сельского населения основам предпринимательской деятельности.

2. Обучение основам работы в туризме.

3. Распространение информации о СЗТ по селам Республики Алтай (выпуск печатного издания, собрания, конференции).

4. Оказание консультативной помощи по реконструкции жилья, по созданию рабочих мест в сфере экскурсионных и культурных услуг.

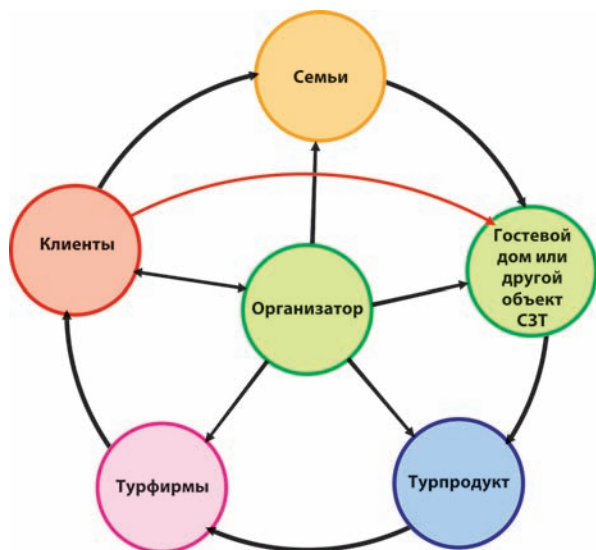
5. Взаимодействие с органами государственной, муниципальной власти, другими структурами, контролирующими туризм, для представления интересов участников СЗТ и выработки взаимоприемлемых нормативных актов в сфере СЗТ.

6. Помощь населению в создании турпродукта СЗТ.

7. Продвижение совокупного турпродукта на туристический рынок (поддержание сайта, выпуск рекламной печатной продукции, участие в турярмарках).

Предлагаем Вашему вниманию схему, описывающую деятельность центральной организации (в дальнейшем – организатора).

### Действия организатора в системе СЗТ



Внешний круг, состоящий из цветных кружков, соединенных черными стрелочками, показывает последовательность действий организатора.

Начинается работа организатора с информирования сельских жителей на сходах, собраниях. Цель работы – вдохновение сельчан на новую деятельность, осознание имеющихся богатых ресурсов.

Далее ведется работа с отозвавшимися семьями (проводится осмотр усадьбы или другого участка, где будет создаваться объект СЗТ, проводится психологическая подготовка членов семьи, обсуждается проект предпринимательского дела).

Далее семья организует свой предпринимательский объект (гостевой дом, сувенирную лавку, ремесленную мастерскую, конный прокат, экскурсионные услуги и пр. – при консультировании организатора).

Дальше семья описывает свой турпродукт (с помощью организатора).

Когда турпродукты созданы, организатор начинает их продвижение (на Интернет-сайтах, на турярмарках, в рекламных публикациях, рекламных турах и пр.). Цель – информирование о сельском турпродукте городских туристических агентств.

Турфирмы начинают предлагать сельский турпродукт своим клиентам и включают отдельные услуги в свои туры.

И вот туристы поехали в села для отдыха. Круг замкнулся.

Для успеха всего дела такая работа должна проводиться с каждым участником СЗТ.

А они начинают свои предприятия не одновременно.

Стрелочки от круга «Организатор» показывают, кто несет расходы. Основные затраты мы видим у организатора, особенно на стадии продвижения турпродуктов. Поскольку организатор оказывает услуги лицам, еще не ставшим предпринимателями и имеющим в семье серьезные экономические проблемы, то ждать возмещения затрат не приходится. Единственный источник частичного возмещения расходов – когда организатор выступает посредником при направлении туристов на отдых. Так можно работать в начале с теми семьями, у которых проблемы со связью. Но как только семьи приобретают или устанавливают телефон, клиенты едут к ним, минуя центральную организацию. Так действует экономический закон. Так отсекается один из источников доходов организации, но достигается некоммерческая цель – появляется успешный предприниматель в сельской местности.

Таким образом, если у организатора нет стабильного источника существования, он не сможет долго осуществлять свою функцию. Так и произошло с нашим Некоммерческим партнерством «Зеленый дом». Оно существовало и активно функционировало, пока было посредником при приеме туристов и пока была возможность привлечения грантовых

средств. Но и недолгие 7 лет систематической работы в среднем трех человек дали неплохие результаты, выразившиеся в создании многочисленных устойчивых предпринимательских рабочих мест в сельской местности Республики Алтай.

Уважаемые власти! Вы не замечаете уже 10 лет живую и активную точку экономического роста в нашей республике. Ваше внимание сосредоточено на крупных объектах, где местное население не всегда найдет работу, так как не обладает нужной квалификацией. А в сельском туризме наши жители могут показать все свои достоинства, могут сами зарабатывать достаточно средств для своих семей, платить посильные налоги, сберечь природу для детей и сохранять все ценное, что накоплено предками. Только им в этом надо помочь, особенно жителям удаленных сел. **Без помощи в продвижении турпродукта эта деятельность замрет или станет нелегальной.** Это является также причиной непоступления налогов от деятельности объектов СЗТ.

Поэтому предлагаем использовать бюджетные средства целевых федеральных программ прежде всего на создание крепкой основы – центрального звена этого замечательного дела.



# ПРИЛОЖЕНИЯ

---

---

## ПЛАН РАБОТЫ МЕНЕДЖЕРА СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

### I. Работа с населением района

1. Распространение информации о сельском туризме среди населения района (проведение информационных собраний, статьи в газете, дни приема желающих).
2. Обследование ресурсов новых участников сельского туризма.
3. Проведение семинаров 1-й степени для новичков.
4. Оказание помощи семье в подготовке дома и усадьбы к приему туристов или в создании другой услуги.
5. Выпуск информационного бюллетеня для участников сельского туризма или странички в районной газете.

### II. Работа по продвижению продукта сельского туризма

1. Создание базы данных жилья и других услуг (описание, схемы, фотографии).
2. Разработка и изготовление рекламной продукции:
  - каталога объектов сельского туризма,
  - видеоролика,
  - рекламных буклетов,
  - Интернет – сайта.
3. Участие в турярмарках.
4. Подготовка и размещение в СМИ статей об СЗТ и его продукте.
5. Проведение рекламных туров для городских турфирм.
6. Разработка собственных туров.
7. Заключение необходимых договоров.
8. Заключение договоров с турагентствами, обучение специалистов туристических агентств работе с сельским турпродуктом.

### III. Работа с туристами

1. Подготовка летнего информационного центра для туристов.
2. Установка внешней рекламы.
3. Сбор информации о досуговых услугах, реализации продукции частных подворий.
4. Проведение собственных туров с использованием объектов СЗТ.
5. Открытие сувенирной лавки с товарами местного населения.
6. Проведение массовых культурных мероприятий летом.

## ПАМЯТКА ДЛЯ БУДУЩЕГО ВЛАДЕЛЬЦА ГОСТЕВОГО ДОМА

1. Вступить в центральную организацию по СЗТ, подписать с ней договор.
2. Зарегистрировать предпринимательскую деятельность в налоговой инспекции района по виду «сдача жилья внаем» или подать заявление о начале этого вида деятельности.
3. Завести книгу учета гостей.
4. Заказать в типографии пронумерованные квитанции для приема оплаты жилья, купить журнал учета бланков строгой отчетности, поставить их на приход.
5. Собрать необходимые разрешительные документы:
  - справку из сельской администрации о наличии скота,
  - ветеринарную справку о здоровье скота,
  - пройти медкомиссию и заполнить санитарную книжку члену семьи, который будет готовить пищу.
6. Приобрести аптечку первой медицинской помощи.
7. Завести журнал отзывов гостей.
8. Приобрести огнетушитель и подготовить средства для тушения пожара.
9. Встать на учет в Министерство туризма в качестве владельца гостевого дома.
10. Разработать рекламную продукцию и продумать рекламную компанию или договориться об этом с центральной организацией системы СЗТ.



**СТОИМОСТЬ УСЛУГ В НАШЕМ ГОСТЕВОМ ДОМЕ ЛЕТОМ 2010 г.  
(вкладывается в папку для туристов)**

№ п/п	Название услуги	Цена в рублях	Примечание
1	Проживание взрослого человека	400	за место в сутки
2	Проживание ребенка в возрасте до 5 лет	бесплатно	без предоставления спального места
3	Проживание ребенка в возрасте от 5 до 10 лет	280	скидка 30%
4	Проживание ребенка в возрасте от 10 до 14 лет	340	скидка 15%
5	Трехразовое питание (смешанное с одним мясным блюдом в день, вегетарианское, раздельное)	350	в сутки, на детей те же скидки
6	Приготовление отдельных блюд по заказу гостя	Договорная	
7	Топка бани для парения с предоставлением веника	400 за группу	аренда бани на вечер
8	Комплект дров (охапка) для костра, приготовления шашлыков	100	
9	Прием домашних животных (собаки, кошки)	от 50 руб. в сутки	
10	Предоставление утюга, стиральной машины	бесплатно	
11	Сопровождение на экскурсии	100 руб. в час	плата за группу без учета транспорта

## **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ ГОСТЕВЫХ ДОМОВ ЧЕМАЛЬСКОГО РАЙОНА, ОКАЗЫВАЕМЫЕ ГОСТЯМ (цены указаны для лета 2010 г.)**

- Топка бани с предоставлением веника – 100 руб./час на человека без ограничения времени (или 200–400 руб./час на группу).
- Катание верхом на лошади – 200 руб./час.
- Продажа продукции подсобного хозяйства – по договорным ценам.
- Транспортные услуги на собственном автомобиле хозяина – 8–10 руб./км в зависимости от марки автомобиля.
- Приготовление отдельных блюд по заказу гостя – по договорным ценам.
- Пользование автоматической стиральной машиной – 100 руб./стирка.
- Использование дров для приготовления шашлыков и костра, для камина – 100 руб. за охапку
- Размещение автомобиля гостя в гараже владельца дома – 50-100 руб./сутки.
- Прием домашних животных гостей – от 50 руб./сутки.
- Приготовление пищи хозяйкой: трехразовое – от 400 руб. на человека. Питание смешанное – мясное блюдо 1 раз в день. Возможно одно- и двухразовое питание. Мясоедам необходимо доплатить за дополнительные мясные блюда или предоставить его хозяйке. Скидки на питание детей – такие же, как на проживание.
- Сопровождение в горы, лес – 100-200 руб./час на группу туристов.

### **ЭКСКУРСИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ**

Мы предлагаем владельцам гостевых домов описание некоторых экскурсий, которые они могут проводить сами или с помощью других семей. Следует предлагать гостям такие экскурсионные услуги, которые помогут им расслабиться, впитать в себя живительную силу природы нашей горной страны, прикоснуться к мудрым корням народных культур, которые забыты современными людьми. Приглашаем не гнаться за новыми впечатлениями, сохраняя при этом внутренний хаос и напряжение, а созерцать: восход солнца, разговор деревьев на рассвете, глубокий покой леса, музыку реки, запах свежего сена, радость от живых подвижных игр, себя в состоянии радости, покоя и удовлетворения.

## Описание возможных экскурсий

### 1. «Природа Алтая»

Эта пешеходная экскурсия совершается от села, в котором проживают гости. Маршрут ее пройдет по наиболее красивым местам около села. Гости смогут полакомиться лесной ягодой, нарвать грибов, собрать лекарственные травы, искупаться в Катунь и ее притоках. Экскурсовод расскажет о природных, культурных и исторических особенностях Алтая, о целебных и съедобных диких растениях, вскипятит чай на костре, познакомит с историей села. Гостям будут предложены активные игры. Продолжительность экскурсии – 3 часа.

### 2. «Здравствуй, Чемал!»

Посещение районного центра начинается с визита в алтайский музей-аил семьи Бардиных. Затем путь пройдет мимо острова Патмос, на котором восстановлен православный храм, на «козью тропку» (так называется тропа по горе Бешпек, овечьей древними легендами). Чудный вид открывается с нее на Катунь и окрестные горы. Посетив Чемальскую ГЭС, вы сможете броситься вниз головой в бушующий поток на «тарзанке» (не для слабых духом!). Большой интерес представляет знакомство с источниками «живой» и «мертвой» воды и сильным энергетическим узлом в устье реки Чемалки. Можно искупаться в водохранилище, купить местные сувениры, покататься на колесе обозрения. Продолжительность – 3 часа.

### 3. «Посещение барангольской пещеры»

Это пешеходное путешествие пройдет по практически нехоженым местам, по цветущим лугам. Остановившись около мощного родника, туристы смогут внести свой вклад в сохранение природы. Маршрут пролегает через клубничные поляны и заросли дикой малины. Пещера расположена у основания скального выхода, редко посещается туристами. Отобедав у входа в пещеру, группа отправляется в обратный путь. Продолжительность – 3-4 часа.

### 4. «Белые скалы Куюма»

Маршрут этого небольшого путешествия начинается от села Верх – Куюм, которое стоит на берегу речки Куюм. Путь пролегает по альпийским лугам. Туристы посетят могилу известного этнографа и историка Андрея Анохина. Этот маршрут проходит по редко посещаемым туристами местам, которые сохранили свою красоту и силу. Продолжительность – 5-6 часов.

### 5. «Каракольские озера»

Автомобильная экскурсия до главного природного памятника района.

Каракольские озера лежат на высоте 1800–2000 м над уровнем моря и представляют собой 7 водоемов, начинающихся от снегов и перетекающих друг в друга. Гостей доставляют до реки Тура, вдоль которой идет семикилометровый подъем к озерам. По мере увеличения высоты над уровнем моря вы увидите, как меняется природа. Выйдя в разгар лета, вы придете в буйную весну. В августе озера теплеют и отлично подходят для длительного плавания. Если останутся силы, то можно пройти вдоль всей цепи озер и подняться к снежнику. После отдыха и обеда спуск вниз займет 1-1,5 часа. Затем вас доставят домой. Продолжительность экскурсии – 14 часов.

#### **6. «В мире эндемиков и подземелья»**

Автомобильная экскурсия в ботанический сад села Камлак, в котором представлены растения, произрастающие только на территории Алтая (эндемики). Сотрудник сада расскажет о флоре Алтая и покажет ее замечательных представителей. Здесь можно купить саженцы растений и познакомиться с уходом за ними. После ботанического сада дорога идет к Камышлинскому водопаду. Обед у водопада, отдых и возвращение домой. Продолжительность экскурсии – 4 часа.

#### **7. «Крестьянское подворье»**

Экскурсовод познакомит гостей с крестьянским хозяйством и подворьем своих друзей. Гости познакомятся с различными домашними животными, попробуют доить корову и козу, покормят птицу и кроликов, почистят и оседлают коня, прокатятся верхом. Успешное ведение крестьянского хозяйства требует больших знаний, умений и навыков. Гости и хозяева смогут поделиться опытом работы на земле, выращивания овощей, фруктов, ухода за животными. Экскурсия особенно интересна детям. Продолжительность – 2 часа.

#### **8. «Вечерние посиделки»**

В ненастную погоду, когда за окном ветрено и мокро, так приятно посидеть у теплой печки и заняться рукоделием. Мы предлагаем вам своими руками изготовить для себя картину из сухих растений, сплести необходимое в доме изделие методом макраме, сделать ягодные и овощные заготовки по древнерусским рецептам под руководством опытной мастерицы – ведуньи Натальи. Окунувшись в атмосферу русского дома, вы почувствуете прелесть старины и дух наших предков. Детям и взрослым будут предложены спокойные русские игры, развивающие воображение, память и реакцию. В хорошую погоду вечер можно скоротать живыми играми для детей и взрослых. Занятия проводятся в усадьбе зеленого дома.

Продолжительность – 3 часа.

### **9. «Русская горница»**

Эта экскурсия посвящена углубленному знакомству с укладом русского дома, русскими обычаями и традициями. Многие в русской культуре забыты нами, так как утратилась связь и понимание смысла обрядов. Хозяйка горницы – ведунья Наталья постарается протянуть связующую нить из прошлого в настоящее. Взяв в руки прялку, сев за ткацкий станок, вышивая или работая с берестой, вы ощутите на себе успокаивающее и исцеляющее воздействие народных ремесел. Чаепитие по-русски дополнит атмосферу доверия и творчества. Интересно для детей и взрослых. Продолжительность экскурсии – 3 часа.

### **10. «Посещение пасеки»**

Эта прогулка предназначена для интересующихся пчеловодством. Расположена пасека в горах среди нетронутой природы. Пасечник расскажет о пчелах, уходе за ними, угостит душистым травяным чайком с медовыми сотами. Желающие смогут купить свежавыкочаннный мед. После отдыха у костра группа отправится в обратный путь.

Продолжительность – 3 часа.

### **11. «Участие в сенокосе»**

Сенокос – это важное событие для сельчан. Сенокос – это возможность для горожанина вспомнить свои крестьянские корни. Сенокос – это здоровый естественный труд и радость от пребывания в чистой природе. Это ночлег в шалаше, встреча восхода солнца, звон острой косы от соприкосновения с росистой травой, завтрак на лесной поляне, крынка холодного молока, полуденный сон в сене. Вы попробуете, если захотите, косить, ворошить, сгребать душистое сено и стоговать его. Сенокос – это время созревания лесной земляники, красной смородины и множества трав. Дух захватывает от красоты гор, от стрекота кузнечиков и запаха земли. Все это – наша милая родина, наша Мать.

Продолжительность экскурсии – с 20 часов до 16 часов следующего дня.

### **12. «Забытый народный обряд»**

Неслучайно в русской и алтайской народных культурах закрепилось изобилие различных обрядов. Видимо, были на то у наших предков причины. Их видение мира существенно отличалось от нашего, позволяло им ощущать тонкий мир и взаимодействовать с ним. Гостям зеленых домов предлагается проникнуть в смысл некоторых древних русских обрядов и поучаствовать в них. Это яркое событие, короткий праздник, запомнится надолго. Пройдет оно в красивом месте. Полезно для детей и взрослых, не утративших интереса к родной культуре.

Продолжительность – 3 часа.

## **ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ОТДЫХА В ЧЕМАЛЬСКОМ РАЙОНЕ РЕСПУБЛИКИ АЛТАЙ ЛЕТОМ 2010 г.**

1. Посещение культурного мероприятия на Кузлинской поляне за Чемалом (каждую субботу и воскресенье с июня по конец августа). Информацию о проводимом мероприятии можно получить в районном отделе культуры по тел. 38841-22-430 в рабочее время.

2. Сплавы по Катуні (осуществляются по предварительной заявке для групп не менее 6 человек). Стоимость сплава от 350 рублей и выше за 1 человека в зависимости от продолжительности и сложности маршрута. Предлагаются сплавы продолжительностью 1, 2, 3, 4, 6, 8 часов. Заявку делать хозяйке Вашего зеленого дома, у нее есть необходимые контакты. Транспорт для доставки на место начала сплава подается к зеленому дому в оговоренное время. После сплава туристы доставляются обратно.

3. Посещение Чемальской ГЭС, острова Патмос с православным храмом. Если Вы хотите узнать легенды горы Бешпек, то советуем заказать экскурсию в отделе культуры по телефону 38841-22-430. Стоимость экскурсии на группу – 600 рублей. Продолжительность – 2 часа. Там же в «Сувенирной лавке» можно купить недорогие сувениры и хорошего качества произведения искусства.

4. В районе водохранилища в Чемале весь световой день работает колесо обозрения, можно взять на прокат катамаран, моторную лодку.

5. Между туркомплексами «Берель» и «Турсиб» работает авиабаза. Здесь можно совершить полеты на параплане, небольшой самолетике, покататься на квадроциклах.

6. Посещение алтайского национального музея – аила в с. Чемал, стоимость 500 руб. на группу до 10 человек. Экскурсию проводит владелец аила Бардина Таисия Васильевна и ее дочь Эркелей. Заказать экскурсию следует за день по телефону 38841-22-327 (звонить вечером после 20 час. и утром до 10 час.).

7. Посещение домашнего выставочного зала семьи Головань в с. Аскат. Приобретение сувениров, картин. Стоимость экскурсии – 50 руб/чел. Согласование визита по телефону 8-913-999-28-47, Головань Василий Георгиевич.

8. Посещение комплекса русской культуры «Десятиручка» в с. Чепош. Здесь предлагаются игровые программы, экскурсии, мастер-классы по освоению традиции народной куклы, славянской писанки, гончарному делу. В сувенирном магазине можно приобрести редкие изделия – русскую народную обережную куклу. Обслуживаются группы от 4 чел. Предварительная заявка – по телефонам 8-923-664-20-24, 8-923-661-51-15. Очень хорошее занятие в плохую погоду!

9. Между с. Усть-Сема и Чепош разбит Экстрим – парк. Здесь можно испытать себя на разной высоте, проходя трассу по подвесным опорам раз-

личной конструкции. Для детей трасса проложена на низкой высоте. Работает парк весь световой день. Стоимость одного прохода – 350 руб./чел.

10. Конные прогулки за селом Чемал (осуществляются на стоянке «Алат»: 2 километра вверх по Чемалке после впадения реки Куба). Услуги оказываются ежедневно в течение светового дня. Стоимость – 200 рублей в час. Рекомендуем сделать предварительную заявку владельцу стоянки Шабуракову Ивану Васильевичу по тел. 8- 38841-22- 443. В других селах, кроме Чемала, конный прокат организуют владельцы зеленых домов. Конные стоянки организованы также около турбаз «Катунь», «Берель», у Чемальского водохранилища.

11. Посещение Камышлинского водопада – от турбазы «Царская охота» (машины можно оставить на стоянке, перейти через подвесной мост и идти вверх по течению Катунь примерно 3 км). Возможно, у водопада потребуют уплаты рекреационного сбора в размере 30-50 руб. за 1 человека. Рекомендуем оплачивать только при выдаче соответствующей квитанции.

12. Посещение ботанического сада в с. Камлак. Здесь можно увидеть эндемики, полюбоваться «горками» с цветами, купить посадочный материал. Экскурсию ведут сотрудники ботанического сада. Работают летом без выходных с 10 до 18 часов. Стоимость экскурсии – 50 руб./чел.

### СУТОЧНАЯ ПОТРЕБНОСТЬ РАЗНЫХ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ В КАЛОРИЯХ

Население	Калории
<b>Дети</b>	
От 6 мес. до 1 года	800
От 1 до 1,5 года	1330
1,5–3 года	1480
3–4 года	1800
5–6 лет	1990
7–10 лет	2380
11–13 лет	2860
14–17 лет, юноши	3160
14–17 лет, девушки	2760
<b>Взрослые</b>	
Беременные женщины	3200
Кормящие матери	3500
Студенты (мужчины)	3300
Студенты (женщины)	2800
Спортсмены-мужчины	4500–5000
Спортсмены-женщины	3500–4000
Мужчины, занятые тяжелым физическим трудом	4500 и выше



## ПРИВЕТСТВИЕ ГОСТЯ ЗЕЛЕННОГО ДОМА (находится в папке для туристов)

### ***Здравствуйте, наши уважаемые гости!***

Мы благодарны вам за выбор нашего зеленого дома для отдыха. Хозяйку этого дома зовут \_\_\_\_\_, хозяйина – \_\_\_\_\_, сына зовут \_\_\_\_\_, сноху зовут \_\_\_\_\_. Чтобы ваш отдых протекал спокойно и радостно, просим познакомиться с правилами проживания в нашем зеленом доме.

- По прибытии в зеленый дом просим вас предъявить хозяйке дома удостоверение личности и ваучер (турпутевку), если вы приехали по путевке турфирмы.

- Оплата проживания осуществляется после согласования условий найма дома вперед за весь срок проживания. Внесение вами платы за проживание означает согласие с оговоренными условиями, поэтому рекомендуем внимательно познакомиться с договором оказания вам услуг, находящимся в этой папке.

- Вопросы по питанию и дополнительным услугам решаются с владельцами дома.

- Просим вас не курить в доме и бережно относиться к имуществу. В случае поломки имущества по вашей вине просим вас возместить нам стоимость утраченной вещи.

- Просим вас соблюдать тишину в ночное время (с 23 до 6 часов).

- Для организации экскурсионного обслуживания внимательно прочтите размещенную в данной папке информацию. На все дополнительные вопросы вам ответят владельцы дома.

- Страхование от несчастного случая и укуса клеща производится

---

При возникновении страхового случая вы должны обратиться в районную больницу в с. Эликманар. Если возникли затруднения с оказанием помощи, следует обратиться к страховому комиссару

---

(Ф.И.О., тел.)

- Перед отъездом просим вас сдать дом хозяйке, оплатить дополнительные услуги и убедиться, что вы ничего не забыли.

- Просим вас немедленно ставить нас в известность о возникновении ситуации, которая вызывает у вас неудовлетворение отдыхом в нашем зеленом доме.

- Просим вас бережно относиться к природе, не ломать кустарники, не оставлять мусор в лесу и на берегу рек (несите все в дом!).

- После отдыха просим вас оставить свой отзыв, заполнив анкету, которая размещена в этой папке.



- Нас можно найти по тел. \_\_\_\_\_.
- Мы будем вам очень благодарны, если вы познакомите с этими правилами всех членов вашей семьи (группы).  
Желаем всем приятного отдыха!

**АНКЕТА ТУРИСТА**  
**(находится в папке для туристов)**

1. Ф.И.О. \_\_\_\_\_
2. Период отдыха \_\_\_\_\_
3. Выполнение своих обязанностей владельцами зеленого дома  
\_\_\_\_\_
4. Пожелание на будущее \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
5. Откуда Вы узнали о нашем зеленом доме? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**ЗАЯВКА НА ОТДЫХ**  
**(находится около телефона)**

- Заявка на отдых от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.
- Город \_\_\_\_\_
- Турфирма, Ф.И.О. агента, тел. \_\_\_\_\_
- Ф.И.О. туриста \_\_\_\_\_
- Телефон туриста \_\_\_\_\_
- Количество человек \_\_\_\_\_
- Возраст детей \_\_\_\_\_
- Период отдыха с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_
- Как добираются \_\_\_\_\_
- Требуемые услуги \_\_\_\_\_
- Стоимость в день \_\_\_\_\_

**ДОГОВОР**  
**найма жилья для краткосрочного проживания**

село \_\_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2010г.

Предприниматель без образования юридического лица  
\_\_\_\_\_  
действующий на основании свидетельства о государственной регистра-  
ции № от \_\_\_\_\_, именуемый в дальнейшем **Арендодатель**, и гражданин

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. клиента полностью)  
именуемый/ая/ в дальнейшем **Арендатор**, заключили настоящий до-  
говор о нижеследующем:

**1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА**

**Арендодатель** предоставляет **Арендатору** для отдыха меблирован-  
ный жилой дом по адресу: \_\_\_\_\_ район,  
с. \_\_\_\_\_, ул. \_\_\_\_\_, дом \_\_\_\_\_, а  
**Арендатор** оплачивает арендную плату за пользование домом.

**2. СТОИМОСТЬ И ВЗАИМОРАСЧЕТЫ СТОРОН**

2.1. Стоимость аренды дома составляет за человека в сутки \_\_\_\_\_  
рублей. Дети до 5 лет без предоставления спального места принимаются  
бесплатно. Детям от 5 до 10 лет предоставляется скидка 30%, от 10 до 14  
лет – 15%.

2.2. В стоимость арендной платы включается оплата следующих услуг:  
проживание в гостевом доме, посещение бани 1 раз в заезд при оплате  
не менее трех дней проживания, пользование оборудованной кухней,  
зеленые овощи (зеленый лук, петрушка, укроп, салат, пряности), пар-  
ковка автомобиля на приусадебном участке.

2.3. Продолжительность отдыха: с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_.

2.4. Состав семьи (группы): (если состав группы более 5 человек, то  
список группы прилагается к договору отдельно)

№ п/п	ФИО Клиента	Дата рожд.	Данные паспорта	Адрес постоянного места жительства
1				
2				
3				
4				

## 2.5. Стоимость путевки (прописью):

---

2.6. Внесение арендной платы осуществляется Арендатором после подписания настоящего договора и перед заселением вперед за весь срок проживания.

2.7. Дополнительные платные услуги заказываются в месте проживания и оплачиваются в конце отдыха.

## 3. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

### 3.1. Арендодатель обязуется:

- проинформировать **Арендатора** об условиях проживания, питания, экскурсионного обслуживания, страхования, дополнительных услугах;
- проинструктировать **Арендатора** о правилах поведения и личной безопасности во время отдыха на территории Республики Алтай;
- создать безопасные условия проживания и питания;
- обеспечить сохранность личного имущества Арендатора на территории дома и усадьбы;
- предоставить дополнительные услуги по запросу гостя.

### 3.2. Арендатор обязуется:

- бережно использовать имущество Арендодателя и, в случае нанесения ущерба имуществу возместить его в полном размере,
- во время отдыха соблюдать правила проживания в гостевом доме (прилагаются);
- при проведении самостоятельных путешествий на территории района беречь окружающую природу, нести персональную ответственность за безопасность своей жизни и жизни членов своей семьи (группы),
- немедленно уведомить Арендодателя о возникновении поводов для претензий.

## 4. СПОРЫ И ПРЕТЕНЗИИ

4.1. В случае возникновения претензий к Арендодателю разрешать их в период отдыха путем переговоров; если взаимная договоренность не может быть достигнута, то стороны могут прибегнуть к услугам Некоммерческого партнерства «Зеленый дом» для урегулирования спора.

4.2. Если Арендатор не сообщил Арендодателю свои претензии во время отдыха, то после отдыха они не принимаются.

## 5. СРОКИ ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА

5.1. Настоящий договор вступает в силу с момента его подписания сторонами и прекращается через 20 суток после окончания срока действия путевки. Претензии по договору после этого срока становятся недействительными.

## 6. ПРИЛОЖЕНИЯ

К настоящему договору прилагаются правила личной безопасности и правила проживания в гостевом доме.

## 7. ПОДПИСИ СТОРОН

Арендодатель

Арендатор

---

### **ПРАВИЛА ЛИЧНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ гостей зеленого дома во время пребывания на территории Республики Алтай**

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

2. Не пить из источников сомнительного происхождения.

3. После прогулок в лес осматривать себя и членов своей семьи (группы). В случае укуса клещом сразу обратиться в медпункт. (При планировании отдыха в горах рекомендуется сделать прививку от клещевого энцефалита или запастись таблетками, снижающими риск заболевания).

4. Не находиться под воздействием прямого солнечного излучения более 0.5 часа (особенно в горах).

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

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

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

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

9. Ценные вещи рекомендуется сдать на хранение главе принимающей семьи.

10. Бережно относиться к природе, не захламлять берега рек, не рубить деревья и кустарники, не повреждать травяной покров, не загрязнять водоемы. В местах, отведенных под временные туалеты, делать ямки и засыпать все землей.

11. Соблюдать правила противопожарной безопасности при проживании в зеленом доме.

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

С правилами ознакомлен/а/, обязуюсь их выполнять и довести до сведения членов семьи (группы)

\_\_\_\_\_

подпись Арендатора

От страхования отказываюсь \_\_\_\_\_

## ДОГОВОР О СОТРУДНИЧЕСТВЕ

Республика Алтай, \_\_\_\_\_ район, село \_\_\_\_\_

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2010г.

Мы, нижеподписавшиеся, \_\_\_\_\_, именуемое в дальнейшем **Организация**, в лице директора \_\_\_\_\_, действующей на основании устава, с одной стороны, и гражданин (ка)

\_\_\_\_\_, именуемый в дальнейшем **Партнер**, с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем.

### 1. Предмет договора

Вступление **Партнера** в члены **Организации** и оказание ему **Организацией** услуг, направленных на повышение эффективности предпринимательской деятельности **Партнера** в сфере сельского туризма.

### 2. Обязанности сторон

#### 2.1. Организация обязуется:

- оказать помощь **Партнеру** в создании его зеленого дома, провести категоризацию и регистрацию его объекта, в том числе в Министерстве туризма РА;

- обучить **Партнера** основам предпринимательской деятельности и представлять интересы **Партнера** в органах государственной власти, налоговой инспекции, учреждениях и организациях;

- оказывать Партнеру **бесплатно** консультативную помощь по любому вопросу, касающемуся осуществляемого вида деятельности;
- информировать **Партнера** о работе **Организации**, о принятых решениях властных структур, касающихся сельского туризма, привлекать к проводимым мероприятиям;
- передать **Партнеру** фирменную табличку «Зеленый дом» с логотипом организации, которая является собственностью организации;
- продвигать зеленый дом **Партнера**:
  - путем описания в годовом каталоге сельского туризма РА, который будет распространяться среди профессионалов турбизнеса (за дополнительную плату со стороны Партнера);
  - разместить фотографии и описание объекта **Партнера** в Интернет-сайте организации;
  - распространять информацию об объекте **Партнера** на туристических ярмарках, в которых принимает участие организация (за дополнительную плату);
  - распространить листовки о зеленых домах среди автотуристов, въезжающих на территорию РА;
  - оказать помощь в разрешении конфликтных ситуаций **Партнера** с туристами;
  - оказывать помощь **Партнеру** только в том случае, если он выполняет взятые на себя обязательства;
  - оказывать другие платные услуги членам **Организации** со скидкой 10%.

## 2.2. Партнер обязуется:

- вступить в члены **Организации** и поддерживать в ней свое членство в течение двух лет;
- подчиняться действующим положениям и решениям, исходящим от **Организации**;
- регулярно оплачивать членские и другие взносы согласно Положению о членских взносах;
- принимать обязательное участие в общих собраниях членов **Организации** (один раз в год) и 2 раза в год в обучающих семинарах **Организации**;
- создать легальную основу для своей предпринимательской деятельности (зарегистрировать предпринимательскую деятельность, оплачивать налоги, обеспечить соответствие санитарно – гигиеническим и противопожарным нормам и правилам);
- нести персональную ответственность в случае предъявления контролируемыми органами финансовых санкций за отсутствие необходимой правовой базы;
- предоставить туристам своего зеленого дома как минимум базовый

набор услуг, включающий в проживание пользование оборудованной кухней, посещение бани 1 раз (если в доме отсутствуют душ или ванна), зелень с грядки летом, парковку автотранспорта гостей на приусадебном участке);

- один раз в начале года предоставлять **Организации** все полезные сведения об услугах зеленого дома, изменениях, повлекших повышение категорийности, которые будут использоваться **Организацией** для публикаций. Всю ответственность за эту информацию несет **Партнер**. **Партнер** должен заботиться о соответствии цены качеству и ассортименту услуг;

- обеспечить оперативную телефонную связь с **Организацией**; в течение 2-х часов сделать обратный звонок на поступившую информацию;

- поддерживать единую цену найма жилья, объявленного в рекламных материалах на текущий год;

- в случае возникновения конфликтов с туристами сделать все возможное, чтобы не нанести ущерб марке «Зеленый дом»;

- при оказании услуг туристам проявлять бережное отношение к природе, прогулки организовывать по маршрутам, находящимся в экологически безупречном состоянии, привлекать туристов к практическим действиям по очистке окружающей среды, показывать собственным поведением бережное отношение к традициям коренных народов Алтая;

- содействовать экономической стабилизации **Организации**, рекламируя деятельность **Организации** среди односельчан, в контактах с органами власти и другими организациями, а также пользуясь платными услугами **Организации**,

- не осуществлять действий, в том числе словом, порочащих **Организацию**; все возникающие недоразумения и конфликты с **Организацией** решать путем своевременных переговоров;

### 3. Права сторон

3.1. **Партнер** имеет право досрочно прекратить действие настоящего договора в одностороннем порядке, предупредив за 30 дней **Организацию** об этом. При этом он обязан оплатить годовой членский взнос и освободиться от других финансовых обязательств в случае получения ссуды благодаря наличию марки «Зеленый дом», а также вернуть фирменную настенную табличку.

3.2. **Организация** имеет право исключить **Партнера** из своих членов в случае нарушения им обязательств по настоящему договору. В этом случае **Партнер** теряет марку «Зеленый дом» и все вытекающие из этого преимущества.

3.3. Стороны имеют право изменить условия договора в связи с изменившимися условиями работы сторон. Инициатор изменения передает второй стороне проект измененного договора или дополнения к нему для согласования.

#### **4. Общие положения**

4.1. Договор вступает в действие с момента подписания его сторонами и действует до " \_\_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. Договор автоматически продлевается, если ни одна из сторон не заявила о его прекращении. Извещение о прерывании договора делается в письменном виде.

4.2. При возникновении конфликтов стороны стремятся урегулировать их путем переговоров. При невозможности достижения согласия противоречия разрешаются путем, установленным законодательством РФ.

4.3. Договор составлен в двух экземплярах на русском языке, оба экземпляра имеют равную юридическую силу.

#### **5. Юридические адреса сторон**

##### **Организация**

(Название организации, адрес, ИНН, реквизиты)

Директор \_\_\_\_\_

##### **Партнер**

Гражданин \_\_\_\_\_

Паспорт сер. \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_ выдан \_\_\_\_\_

Адрес: \_\_\_\_\_

Телефон \_\_\_\_\_

ИНН \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_   
подпись



МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

---

**С.Г. Шилова, Н.Я. Терехова, О.Ю. Образцова,  
М.И. Буйволова, Н.А. Васильева**

**«ЗЕЛЕНый ДОМ»  
организация сельского туризма**

ISBN 978-5-904314-20-0



Дизайн-верстка Д.В. Гусев  
Корректор Н.В. Ковязина

Подписано в печать 14.07.2010 г.  
Типография «Город», формат А5 (60 x 84/16),  
бумага мелованная, 115 г/м<sup>2</sup>, тираж 1000 экз.