



## **КНИГА-ПОСОБИЕ**

**для предпринимателей, инвесторов, студентов туристических и  
сельскохозяйственных вузов, владельцев баз отдыха**

## **СОДЕРЖАНИЕ**

### **ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «Деревенская агроэкоусадьба у озера»**

Книга для личного пользователя покупателя. Перепечатка, распространение информации из книги без разрешения автора запрещается.

**Защищено авторским правом и законодательством РФ**

**2026**

## СОДЕРЖАНИЕ

| Глава, раздел                                          | Наименование                                                    | Стр. |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|------|
|                                                        | Содержание                                                      | 2    |
| <b>ВВЕДЕНИЕ</b>                                        |                                                                 | 8    |
| <b>РАЗДЕЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ОСНОВА ПРОЕКТА</b>         |                                                                 | 16   |
| <b>Глава 1.</b>                                        | <b>Философия оздоровительной усадьбы</b>                        | 17   |
| 1.1                                                    | Миссия: мягкое восстановление через единение с природой         | 17   |
| 1.2                                                    | УТП: «Лечение природой в формате люкс-уединения»                | 19   |
| 1.3                                                    | Ценности Slow Life, Farm to Spa, тотального погружения          | 22   |
| <b>Глава 2</b>                                         | <b>Целевая аудитория и сегменты</b>                             | 26   |
| 2.1                                                    | Семьи с детьми 5–15 лет                                         | 27   |
| 2.2                                                    | Wellness-туристы 30–55 лет (anti-age, детокс, стресс)           | 28   |
| 2.3                                                    | Корпоративные группы (стратегические сессии + тимбилдинг)       | 30   |
| <b>Глава 3</b>                                         | <b>Бренд и позиционирование</b>                                 | 32   |
| 3.1                                                    | Название и визуальная концепция (примеры: «Sapropel & Silence») | 32   |
| 3.2                                                    | Эмоциональный маркетинг через макро-фактуру грязи и трав        | 35   |
|                                                        | <b>Заключение к Разделу 1</b>                                   | 38   |
| <b>РАЗДЕЛ 2. САПРОПЕЛЬ КАК ГЛАВНЫЙ ПРИРОДНЫЙ АКТИВ</b> |                                                                 | 39   |
| <b>Глава 4.</b>                                        | <b>Что такое сапропель и почему он ценен для SPA</b>            | 40   |
| 4.1                                                    | Геология и типы сапропеля                                       | 40   |
| 4.1.1                                                  | Классификация по составу (для понимания свойств)                | 42   |
| 4.1.2                                                  | Классификация по зольности (степени минерализации)              | 43   |
| 4.2                                                    | Лечебные свойства: суставы, кожа, нервная система               | 46   |
| 4.2.1                                                  | Лечебные свойства для суставов и позвоночника                   | 47   |
| 4.2.2                                                  | Лечебные и косметические свойства для кожи                      | 49   |
| 4.2.3                                                  | Влияние на нервную систему и борьба со стрессом                 | 51   |
| 4.2.4                                                  | Другие лечебные эффекты (для справки)                           | 52   |
| <b>Глава 5</b>                                         | <b>Юридический статус сапропеля</b>                             | 53   |
| 5.1                                                    | Когда нужна лицензия на недропользование                        | 54   |
| 5.2                                                    | Как оформить сапропель как косметическое сырьё                  | 56   |
| 5.3                                                    | Договор водопользования и статус обособленного водного объекта  | 60   |
|                                                        | Резюме по главе 5 (что делать читателю)                         | 64   |
| <b>Глава 6</b>                                         | <b>Лабораторные исследования и безопасность</b>                 | 65   |
| 6.1                                                    | Протокол анализов: тяжёлые металлы, радионуклиды                | 65   |
| 6.2                                                    | Декларация соответствия на грязевые маски и кремы               | 69   |
|                                                        | Резюме по главе 6 (контрольный список)                          | 75   |
|                                                        | <b>Заключение к Разделу 2</b>                                   | 75   |
| <b>РАЗДЕЛ 3. АРХИТЕКТУРА ПРОДУКТА И ЗОНИРОВАНИЕ</b>    |                                                                 | 76   |
| <b>Глава 7</b>                                         | <b>SPA-блок (ядро экономики)</b>                                | 76   |
| 7.1                                                    | Сапропелевые ванны, обертывания, аппликации                     | 77   |
| 7.1.1                                                  | Сапропелевые ванны (флагманская процедура)                      | 77   |
| 7.1.2                                                  | Сапропелевые обертывания                                        | 79   |
| 7.1.3                                                  | Сапропелевые аппликации (локальные)                             | 81   |
| 7.2                                                    | Фитобочка на местных травах                                     | 84   |

|                                               |                                                                   |     |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-----|
| 7.3                                           | Требования к помещению (слив, подогрев полов, лифт для грязи)     | 87  |
| 7.3.1                                         | Общие требования к SPA-блоку                                      | 87  |
| 7.3.2                                         | Слив грязевых вод (самый сложный инженерный узел)                 | 89  |
| 7.3.3                                         | Подогрев полов                                                    | 90  |
| 7.3.4                                         | Лифт для грязи (или подъёмник)                                    | 91  |
| 7.3.5                                         | Вентиляция и запахи                                               | 92  |
| <b>Глава 8</b>                                | <b>Агро- и эко-досуг</b>                                          | 94  |
| 8.1                                           | Водный кластер: причал, лодки, зимняя рыбалка                     | 94  |
| 8.1.1                                         | Причал и пирс                                                     | 94  |
| 8.1.2                                         | Лодки и прокат                                                    | 95  |
| 8.1.3                                         | Рыбалка (летняя и зимняя)                                         | 97  |
| 8.2                                           | Экотропа «Зелёная аптека»                                         | 98  |
| 8.2.1                                         | Концепция экотропы                                                | 98  |
| 8.2.2                                         | Зонирование экотропы                                              | 99  |
| 8.2.3                                         | Обустройство экотропы (материалы и стоимость)                     | 100 |
| 8.2.4                                         | Экономика экотропы                                                | 101 |
| 8.3                                           | Русская баня с купелью и прорубью                                 | 102 |
| 8.3.1                                         | Концепция русской бани в проекте                                  | 102 |
| 8.3.2                                         | Обустройство банного комплекса                                    | 102 |
| 8.3.3                                         | Банные веники из собственных трав                                 | 103 |
| 8.3.4                                         | Экономика банного комплекса                                       | 104 |
| <b>Глава 9</b>                                | <b>Семейный и гастрономический кластер</b>                        | 105 |
| 9.1                                           | Детские мастер-классы: гончарка, ткачество, обереги               | 106 |
| 9.1.1                                         | Концепция детских МК                                              | 106 |
| 9.1.2                                         | Гончарное дело (лепка из глины)                                   | 106 |
| 9.1.3                                         | Ткачество на рамке (для детей 7–12 лет)                           | 108 |
| 9.1.4                                         | Создание обереговых кукол (для детей 5–10 лет)                    | 108 |
| 9.2                                           | Гастрономические МК: уха, копчение, сыр, масло                    | 108 |
| 9.2.1                                         | Мастер-класс по приготовлению ухи                                 | 108 |
| 9.2.2                                         | Мастер-класс по копчению рыбы или мяса                            | 109 |
| 9.2.3                                         | Мастер-класс по изготовлению сыра (простой, творожный)            | 110 |
| 9.2.4                                         | Мастер-класс по сбиванию масла и сметаны                          | 110 |
| 9.3                                           | Продукция, которую гость забирает домой                           | 111 |
| 9.3.1                                         | Принцип «забери с собой»                                          | 111 |
| 9.3.2                                         | Упаковка и брендинг                                               | 111 |
| <b>РАЗДЕЛ 4. ДОРОЖНАЯ КАРТА НА 36 МЕСЯЦЕВ</b> |                                                                   | 112 |
| <b>Глава 10</b>                               | <b>Этап 1. Юридическая база и земля (месяцы 1–12)</b>             | 113 |
| 10.1                                          | Регистрация К(Ф)Х или ИП (нужные ОКВЭД)                           | 113 |
| 10.1.1                                        | Выбор организационно-правовой формы                               | 113 |
| 10.1.2                                        | Выбор системы налогообложения                                     | 115 |
| 10.1.3                                        | Перечень необходимых ОКВЭД                                        | 115 |
| 10.1.4                                        | Пошаговая инструкция регистрации (для ИП)                         | 117 |
| 10.2                                          | Оформление земли и водного объекта                                | 118 |
| 10.2.1                                        | Выбор и оформление земельного участка                             | 118 |
| 10.2.2                                        | Оформление прав на водный объект                                  | 120 |
| 10.2.3                                        | Согласование с Росприроднадзором и администрацией                 | 121 |
| 10.3                                          | Проектирование генплана и сетей (электричество, скважина, септик) | 121 |
| 10.3.1                                        | Разработка генерального плана (генплана)                          | 121 |

|                                          |                                                                        |     |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-----|
| 10.3.2                                   | Подведение электричества                                               | 122 |
| 10.3.3                                   | Скважина (водоснабжение)                                               | 124 |
| 10.3.4                                   | Септик (канализация)                                                   | 125 |
| <b>Глава 11</b>                          | <b>Этап 2. Строительство и «Мягкий запуск» (месяцы 13–24)</b>          | 127 |
| 11.1                                     | Возведение SPA-блока, бани, беседок для МК                             | 128 |
| 11.1.1                                   | Очередность строительства                                              | 128 |
| 11.1.2                                   | Гостевые дома                                                          | 129 |
| 11.1.3                                   | Банный комплекс                                                        | 131 |
| 11.1.4                                   | Беседки для мастер-классов и летняя кухня                              | 131 |
| 11.2                                     | Набор команды: SPA-технолог, агроном-травник, шеф-повар                | 132 |
| 11.2.1                                   | Штатное расписание на этапе мягкого запуска (месяцы 18–24)             | 132 |
| 11.2.2                                   | Ключевые люди и где их искать                                          | 133 |
| 11.3                                     | Открытие без SPA (проживание, баня, рыбалка) для обкатки               | 134 |
| 11.3.1                                   | Что входит в «мягкий запуск» (месяцы 18–24)                            | 134 |
| 11.3.2                                   | Цели мягкого запуска                                                   | 135 |
| 11.3.3                                   | Маркетинг на этапе мягкого запуска                                     | 135 |
| <b>Глава 12.</b>                         | <b>Этап 3. Полноценная эксплуатация (месяцы 25–36)</b>                 | 136 |
| 12.1                                     | Запуск сапропелевых ванн и пакетов процедур                            | 136 |
| 12.1.1                                   | Подготовка к запуску SPA (месяцы 22–24, параллельно со строительством) | 136 |
| 12.1.2                                   | Прайс-лист на SPA-процедуры (рекомендуемый)                            | 137 |
| 12.1.3                                   | Система бронирования SPA-процедур                                      | 138 |
| 12.2                                     | Интернет-магазин и маркетплейсы туров                                  | 138 |
| 12.2.1                                   | Интернет-магазин продукции усадьбы                                     | 138 |
| 12.2.2                                   | Выход на маркетплейсы туров                                            | 140 |
| 12.3                                     | Партнёрства с туроператорами и медцентрами                             | 141 |
| 12.3.1                                   | Партнёрство с туроператорами (внутренний туризм)                       | 141 |
| 12.3.2                                   | Партнёрство с медицинскими центрами (реабилитация)                     | 142 |
| 12.3.3                                   | Гранты и льготное финансирование (параллельная работа)                 | 143 |
|                                          | <b>Заключение к Разделу 4</b>                                          | 145 |
| <b>РАЗДЕЛ 5. ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ И ТЭО</b> |                                                                        | 145 |
| <b>Глава 13</b>                          | <b>Инвестиционные затраты (CAPEX)</b>                                  | 146 |
| 13.1                                     | Земля и внешние сети                                                   | 146 |
| 13.1.1                                   | Земельный участок                                                      | 146 |
| 13.1.2                                   | Внешние сети                                                           | 147 |
| 13.2                                     | Капитальное строительство                                              | 149 |
| 13.2.1                                   | Гостевые дома                                                          | 149 |
| 13.2.2                                   | SPA-блок                                                               | 150 |
| 13.2.3                                   | Банный комплекс                                                        | 150 |
| 13.2.4                                   | Хозяйственный блок, беседки, пирс, экотропа                            | 151 |
| 13.3                                     | Оборудование и оснащение                                               | 151 |
| 13.3.1                                   | SPA-оборудование                                                       | 151 |
| 13.3.2                                   | Мебель и текстиль для гостевых домов                                   | 152 |
| 13.3.3                                   | Кухонное оборудование                                                  | 153 |
| 13.3.4                                   | Лодки, моторы, снаряжение                                              | 153 |
| 13.3.5                                   | Инвентарь для МК                                                       | 154 |

|                 |                                                                |     |
|-----------------|----------------------------------------------------------------|-----|
| 13.3.6          | IT-инфраструктура                                              | 155 |
| 13.4            | Нематериальные активы и резерв                                 | 156 |
| 13.4.1          | Проектная документация и экспертизы                            | 156 |
| 13.4.2          | Лабораторные исследования и разрешения                         | 156 |
| 13.4.3          | Регистрация бизнеса, лицензии, сертификация услуг              | 156 |
| 13.4.4          | Брендинг, сайт, маркетинговый запуск                           | 157 |
| 13.4.5          | Резерв на непредвиденные расходы (10–15% от CAPEX без резерва) | 157 |
| 13.5            | Итоговый диапазон CAPEX                                        | 158 |
| <b>Глава 14</b> | <b>Операционные доходы (выручка)</b>                           | 159 |
| 14.1            | Проживание, SPA, баня, МК, рыбалка                             | 160 |
| 14.1.1          | Проживание                                                     | 160 |
| 14.1.2          | SPA-процедуры                                                  | 160 |
| 14.1.3          | Банный комплекс                                                | 161 |
| 14.1.4          | Мастер-классы (МК)                                             | 161 |
| 14.1.5          | Рыбалка и прокат лодок                                         | 162 |
| 14.2            | Продукция собственного производства                            | 163 |
| 14.3            | Структура выручки на 3-й год (~17,4 млн руб./год)              | 164 |
| <b>Глава 15</b> | <b>Операционные расходы (ОРЕХ)</b>                             | 165 |
| 15.1            | ФОТ, продукты, коммунальные услуги                             | 165 |
| 15.1.1          | Фонд оплаты труда (ФОТ) с налогами                             | 165 |
| 15.1.2          | Продукты питания и расходные материалы                         | 167 |
| 15.1.3          | Коммунальные услуги                                            | 167 |
| 15.2            | Маркетинг, ремонт, страхование, резервы                        | 169 |
| 15.2.1          | Реклама и маркетинг                                            | 169 |
| 15.2.2          | Обслуживание и ремонт                                          | 169 |
| 15.2.3          | Страхование                                                    | 170 |
| 15.2.4          | Административные и прочие расходы                              | 171 |
| 15.2.5          | Резервный фонд (на форс-мажоры)                                | 171 |
| 15.3            | Итоговый ОРЕХ (годовой)                                        | 171 |
| <b>Глава 16</b> | <b>Показатели эффективности</b>                                | 172 |
| 16.1            | EBITDA, чистая прибыль, налоги                                 | 172 |
| 16.1.1          | Расчёт EBITDA (базовый сценарий)                               | 172 |
| 16.1.2          | Амортизация                                                    | 173 |
| 16.1.3          | Проценты по кредиту (если заёмные средства 50%)                | 173 |
| 16.1.4          | Налоги (УСН «Доходы минус расходы»)                            | 174 |
| 16.1.5          | Чистая прибыль                                                 | 174 |
| 16.2            | Срок окупаемости: 8–12 лет                                     | 175 |
| 16.2.1          | Расчёт простого срока окупаемости                              | 175 |
| 16.2.2          | Почему окупаемость такая долгая — и это нормально              | 175 |
| 16.3            | Точка безубыточности (25–30% загрузки)                         | 176 |
| 16.3.1          | Расчёт точки безубыточности                                    | 176 |
| <b>Глава 17</b> | <b>Анализ чувствительности и риски</b>                         | 178 |
| 17.1            | Влияние снижения загрузки, роста ФОТ, отсутствия лицензии      | 178 |
| 17.1.1          | Анализ чувствительности EBITDA к ключевым факторам             | 178 |
| 17.1.2          | Сценарный анализ                                               | 179 |
| 17.2            | Юридические, кадровые, сезонные риски и меры снижения          | 180 |
| 17.2.1          | Реестр рисков и меры снижения                                  | 180 |
| 17.2.2          | План действий при наступлении риска (пример)                   | 181 |

|                 |                                                                    |     |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------|-----|
|                 | <b>Заключение к Разделу 5</b>                                      | 182 |
|                 | <b>РАЗДЕЛ 6. МАРКЕТИНГ И ПРОДВИЖЕНИЕ</b>                           | 182 |
| <b>Глава 18</b> | <b>Маркетинговая стратегия</b>                                     | 183 |
| 18.1            | Каналы: Instagram/VK, сарафанное радио, CRM                        | 184 |
| 18.1.1          | Instagram и VK: основные рабочие лошадки                           | 184 |
| 18.1.2          | Сарафанное радио (Word of Mouth)                                   | 185 |
| 18.1.3          | CRM-система (Customer Relationship Management)                     | 187 |
| 18.2            | Контент-план: видео экотроп, процедур и копчения                   | 189 |
| 18.2.1          | Типы контента по этапам воронки продаж                             | 189 |
| 18.2.2          | Примерный контент-план на месяц (для Instagram)                    | 189 |
| 18.2.3          | Технические требования к контенту                                  | 190 |
| 18.2.4          | Где брать контент (если вы не видеограф)                           | 191 |
| <b>Глава 19</b> | <b>Ценообразование</b>                                             | 192 |
| 19.1            | Модель «полный пансион + SPA пакеты»                               | 192 |
| 19.1.1          | Базовое ценообразование (проживание + питание)                     | 191 |
| 19.1.2          | SPA-пакеты (дополнительно к проживанию)                            | 193 |
| 19.1.3          | Динамическое ценообразование (как у авиакомпаний)                  | 194 |
| 19.2            | Маржинальность SPA (до 70%) и мастер-классов                       | 195 |
| 19.2.1          | Расчёт себестоимости и маржинальности SPA-процедур                 | 195 |
| 19.2.2          | Маржинальность мастер-классов                                      | 196 |
| 19.2.3          | Что делать с такой высокой маржинальностью                         | 198 |
| <b>Глава 20</b> | <b>Продажа впечатлений как товара</b>                              | 198 |
| 20.1            | Наборы для копчения, сапропелевые маски, варенье                   | 198 |
| 20.1.1          | Набор для копчения «Как в усадьбе»                                 | 198 |
| 20.1.2          | Сапропелевая маска «Озеро Силы»                                    | 199 |
| 20.1.3          | Варенье из кедровых шишек (или местных ягод)                       | 200 |
| 20.1.4          | Интернет-магазин (логистика и доставка)                            | 201 |
| 20.2            | Упаковка выходных дней с ухой и баней                              | 202 |
| 20.2.1          | Готовые пакеты «выходных» (для подарка)                            | 202 |
| 20.2.2          | Подарочные сертификаты (дизайн и продажа)                          | 203 |
| 20.2.3          | Корпоративные пакеты (для компаний)                                | 203 |
| 20.2.4          | Продвижение пакетов (сезонные акции)                               | 204 |
|                 | <b>Заключение к Разделу 6</b>                                      | 205 |
|                 | <b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b>                                                  | 206 |
| 1               | Резюме ключевых факторов успеха                                    | 206 |
| 2               | Рекомендуемая структура финансирования                             | 210 |
| 3               | Альтернативный путь: две очереди строительства                     | 213 |
| 4               | Напутствие: главное — начать                                       | 216 |
|                 | <b>Краткая аннотация</b>                                           | 217 |
|                 | <b>Развёрнутая аннотация (для сайта, маркетплейсов, библиотек)</b> |     |
|                 | <b>Продающая аннотация (для соцсетей, email-рассылок, блогов)</b>  | 220 |
|                 | <b>ПРИЛОЖЕНИЯ</b>                                                  | 223 |
| 1               | Перечень ОКВЭД для агроэкоусадьбы                                  | 223 |
| 2               | Расчёт единовременной вместимости (14 гостей)                      | 225 |
| 3               | Список оборудования для SPA-кабинета                               | 228 |
| 4               | Глоссарий                                                          | 232 |

## АННОТАЦИЯ

Как превратить обычное озеро в высокомаржинальный SPA-курорт? Как легально добывать сапропель, оформить декларацию соответствия и не получить штраф от Росприроднадзора? Как построить усадьбу, в которую гости будут возвращаться год за годом?

**Это пособие** — пошаговая дорожная карта создания агроэкоусадьбы с сапропелевым SPA. 6 разделов, 20 глав, десятки таблиц и расчётов. От философии и геологии сапропеля — до финансовой модели, маркетинга и юридического оформления.

**Объем:** 234 страниц. Электронное издание. [Заказать книгу можно с страницы Магазина по настоящей ссылке.](#)

**Для кого:** предпринимателей, инвесторов, студентов туристических и сельскохозяйственных вузов, владельцев баз отдыха.

**Авторский коллектив** — Центр по сапропелю под руководством к.т.н., горного инженера, геотехнолога, гидрогеолога Н.Д. Бычека.

*«Сапропель — это не просто грязь со дна. Это актив, который лежит под ногами бесплатно. Но чтобы превратить его в деньги и здоровье, нужна система. Мы даём эту систему».*