

Почему потребитель воспользуется именно нашей услугой:

- «кулинарный мастер-класс» – это возможность человеку раскрыться для общества, стать более коммуникабельным;
- только у нас можно отдохнуть и с пользой провести время;
- это возможность прикоснуться к недостижимым в обычной жизни высотам кулинарного мастерства и реализовать самые смелые фантазии.

*Предполагаемые результаты:*

- организация нового вида досуга в Бобруйском районе;
- сфера услуг – наименее затратная на инвестиции, и, в то же время, прибыльная отрасль. Поэтому рентабельность нашего предприятия будет достаточно высока;
- перспектива развития бизнес-идеи в предприятие более глобального масштаба;
- наряду с экономической составляющей наша бизнес идея носит еще и социальный характер.

*Е.А. Шумовский, Д.М. Шуст*

Научный руководитель *Н.А. Шумовская*  
*ГУО СШ № 26 (Бобруйск)*

## **АГРОТУРИЗМ КАК ФАКТОР РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА БОБРУЙСКОГО РАЙОНА**

Туризм играет одну из главных ролей в мировой экономике, обеспечивая десятую часть мирового валового национального продукта. Эта отрасль развивается быстрыми темпами и в ближайшие годы станет наиболее важным ее сектором. Помимо влияния на экономику многих стран международный туризм воздействует на их социальную и культурную среду, экологию. А последнее, в свою очередь, влияет на туристов.

Агротуризм – именно та новая сфера деятельности и исследований, где прослеживается взаимодействие направлений как экономического, так и неэкономического характера, как мирового, так и национального уровней, в частности, предоставление внутренних и международных туристических услуг, развитие экономики регионов и сельскохозяйственного производства, решение глобальных экологических и социальных проблем, сохранение культурного наследия и национальных традиций.

Деревенский туризм, агротуризм, сельский туризм – этими терминами обозначается «писк» мировой моды в туризме. Интерес к сельскому туризму в мире повсеместный. Образно выражаясь, на смену трем S (sun, sea, sand) – солнце, море, песок приходят три I (landscape, lore, leisure) – пейзаж, традиции, досуг.

Сельский туризм способствует решению проблем села:

- занятость сельского населения;

- рост доходов и повышение жизненного уровня сельских жителей при относительно небольших финансовых затратах;
- улучшение благоустройства усадеб и сел, развитие социальной инфраструктуры;
- реализация на месте продукции личного подсобного хозяйства, в частности готовых продуктов питания;
- повышение культурно-образовательного уровня;
- не требует значительных инвестиций;

В Республике Беларусь агротуризм как туристическая отрасль – достаточно новое явление. В нашей стране есть огромный потенциал в данном направлении благодаря природным ресурсам, культурно-историческому потенциалу. Известное британское туристическое издание «Travel Mail» в 2009 году назвало Беларусь в числе 10 лучших мест для туризма (наряду с Австралией, США, Египтом, Польшей, Мексикой, ОАЭ, Карибскими и Галапагосскими островами, Малайзией).

В Национальной программе развития туризма в Республике Беларусь на 2006–2010 годы основной идеей развития туристической отрасли является формирование имиджа Беларуси как привлекательного туристского объекта и формирование национального турпродукта. Этого можно добиться через развитие агротуристической отрасли:

- организация сельских туров с проживанием и питанием в деревенских домах, усадьбах;
- создание агротуристских комплексов или «постоялых дворов»;
- создание условий для ознакомления с природным и историческим потенциалом региона.

На Могилевщине в 2010 году было зарегистрировано – 292 агроусадьбы, а в 2011 году на Могилевщине зарегистрировано 294 субъекта агроэкотуризма. Однако крупных агроусадьб в Бобруйском районе немного: самые известные – агроусадьба «Изабелла», «Отдых плюс», «У дяди Федора», «крестьянско-фермерское хозяйство «Савельев С.К.» Поэтому открытие новых агроусадьб позволит развиваться по следующими направлениям: предоставление комплекса услуг, проживание в комфортабельных условиях, возможность заказа тура длительностью от двух дней.

Развитие агротуристической отрасли является очень привлекательной и для белорусов, и для туристов из ближнего и дальнего зарубежья (в силу семейных или иных традиций) – это стереотип отдыха в сельской местности; необходимость оздоровления в местных климатических условиях; возможность питаться продукцией, выращенной в условиях органического земледелия; реальная возможность приобщиться к сельскохозяйственным работам для собственного удовольствия; потребность в спокойном размеренном ритме жизни, что отличает сельские условия от городских.

Немаловажным фактором выступает и политическая стабильность в регионе, то есть отсутствие религиозных, этнических и других конфликтов, а также существенным моментом выступают и толерантные качества белорусов.

Агротуризм – хороший бизнес: малозатратный и конкурентоспособный. Кроме того такой вид туристической деятельности создает дополнительные рабочие места в сельской местности, что является весьма актуальным в решении проблемы миграционных потоков из села в город. Строительство и открытие сельских гостевых домов позволит обеспечить работой деревенских жителей, остановить отток молодежи в город.

*Д.Г. Пигулевская, А.С. Зыкова*  
Научный руководитель *М.А. Черноштанова*  
*ГУО СШ № 1 (Бобруйск)*

## **БИЗНЕС-ПЛАН ОТКРЫТИЯ МАГАЗИНА СУВЕНИРОВ ИЗ БИСЕРА**

В 2009/2010 учебном году мы – Зыкова Анастасия и Пигулевская Дана – посещали в нашей школе кружок «Умелые ручки». Мы изготавливали из бисера, пайеток, ниток различные сувениры, «деревья счастья», брелоки, мелкие сувениры, которые очень нравились и нам, и нашим родителям, и учителям, и нашим друзьям. Нам стало интересно, может ли такое хобби приносить доход. Возможно ли самим производить сувениры из бисера, подручных материалов и продать их?

Так возникла идея нашей научно-исследовательской работы. Особенную актуальность эта идея приобретает в преддверии чемпионата мира по хоккею 2014 года, когда сувениры будут пользоваться огромной популярностью. Это могут быть вымпелы, вышитые бисером, эмблемы чемпионата и многое другое.

Планируется открыть торговую точку в центре города, в районе площади Ленина, по реализации сувенирной продукции из бисера собственного изготовления.

Общее число наименований может достигать десятка. Однако все их можно разделить на четыре основные группы: «деревья счастья» из пайеток и бисера, картины с использованием бисера, мелкие сувениры (брелоки, в том числе в виде знаков зодиака, браслеты и т. п.) и так называемые «сезонные сувениры», изготавливаемые к различным праздникам (например, сувенирные пасхальные яйца – к Пасхе, елочные украшения и фигурки животных – к Новому году, сердечки – ко Дню святого Валентина и т. п.)

Формирование спроса будет производиться с помощью рекламы в местных печатных изданиях, рекламы в общественном транспорте.

Материалы для изготовления сувениров планируется закупать на оптовых базах и малых фирмах в городах Минске и Москве.

Целевым сегментом будет выступать часть населения данного района, всего около 3600 тысяч человек. Взрослое население составит около 50 % от данного количества (1800 человек). Исходя из того, что каждый из них купит в