

взглядами, нежели объективной информацией и современными данными.

Вместе с тем, постепенно, доверие населения к отечественным препаратам возрастает. Так, ряд белорусских лекарственных средств вошел в топ-50 самых продаваемых фармацевтических препаратов в Беларуси:

**Таблица 1 – 50 самых продаваемых фармацевтических препаратов в Беларуси**

Лекарственный препарат	Производитель
1. Эссенциале форт н капсулы	Санофи-авентис
2. Терафлю	Новартис-консьюмер
3. Цитрамон-боримед	Борисовский ЗМП
30. Мукосат р-р инъекц.	Белмедпрепараты
50. Канефрон драже	Бионорика

И это не предел развития фарминдустрии Беларуси. Цель отечественного фармацевтического рынка – 50% препаратов белорусского производства. Это важный показатель для обеспечения лекарственной безопасности страны. Это не означает, что импортные препараты должны быть изъяты из продажи. Главное для продвижения отечественных лекарственных препаратов – сломать сложившееся предвзятое мнение, показать потребителям, что белорусские препараты не хуже импортных, их качество проверено и доказано многочисленными исследованиями.

Белорусским производителям следует уделять большее внимание маркетинговой деятельности, продвижению существующих и разработке новых препаратов, не имеющих аналогов за рубежом. Таким образом, белорусская фармацевтика сможет укрепить свои позиции на внутреннем рынке и расширить ассортимент экспортной продукции.

УДК 502.1

Студ. В. В. Батура

Науч. рук. доц. Н. А. Масилевич

(кафедра менеджмента, технологий бизнеса и устойчивого развития)

### **ТУРИСТИЧЕСКИЕ КЛАСТЕРЫ В БЕЛАРУСИ: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ ОРГАНИЗАЦИИ**

Туристические кластеры формируются на базе туристических активов в регионе и состоят из предприятий различных секторов, связанных с обслуживанием туристов, например, туристических

операторов, гостиниц, сектора общественного питания, производителей сувенирной продукции, транспортных предприятий и других.

Цель создания туристического кластера – повысить конкурентоспособность территории на туристическом рынке за счет синергетического эффекта, в т.ч. повышения эффективности работы предприятий и организаций, входящих в кластер; стимулирования инноваций; стимулирования развития новых направлений.

Создание туристического (или туристско-рекреационного) кластера фактически определяет позиционирование территории и влияет на формирование имиджа региона.

Туристические кластеры формируются на базе ключевых туристско-рекреационных ресурсов региона. Участниками туристического кластера помимо предприятий и организаций, обеспечивающих производство и реализацию туристических продуктов и услуг, могут стать представители администрации, научно-исследовательские институты, образовательные учреждения, профессиональные объединения, представители общественности и т.д.

Туристический кластер может формироваться как на локальном, так и на региональном уровнях. Также существуют примеры межрегиональных туристических кластеров.

В качестве зарубежного опыта использования кластерного подхода можно рассмотреть пример конкретного туристического кластера в области сельского и экологического туризма.

Туристический кластер «Земля молока и меда» объединяет предприятия на территории Клушборского и Олеского уездов в Опольском воеводстве (Польша). Регион характеризуется большим потенциалом развития сельского туризма и производства, а также экологического образования. В состав кластера входят предприятия отрасли, органы самоуправления уездов, Опольский Университет и Научно-технологический Опольский парк. Предложение членов кластера охватывает: активный отдых в сельских и экотуристических хозяйствах; организацию клубных и особых мероприятий; образовательные блоки для детей дошкольного возраста и молодежи; образовательные мастерские, в т. ч. рукоделие и конкурсы бардов; занятия по региональному образованию, в т. ч. в музее пчеловодства, в средневековом рыцарском городе; обучение конной терапевтической езде; пробеги велосипедные/конные; международные встречи поколений (из Польши, Чехии, Германии, Украины); помощь в подготовке и комплексная реализация семейных особых

мероприятий – крестин, причастий, бракосочитаний, юбилеев (для разных возрастных групп) и бизнес-групп; организация встречи индивидуальных гостей согласно программам, специально подготовленным по желанию клиента, связанных с индивидуальным обслуживанием; культурные мероприятия (концерты, авторские встречи), организованные в оригинальном сценическом оформлении; изделия местных предпринимателей, молочной промышленности, кондитерского производства и пчеловодства.

В Республике Беларусь предприняты определенные шаги по формированию кластеров. В настоящее время успешно реализуются туристические кластеры, примером которых является разработанный по инициативе Министерства спорта и туризма Республики Беларусь маршрут «Воложинские гостинцы».

Туристические кластеры в Беларуси формируются в сфере агротуризма. В настоящее время в Беларуси зарегистрировано более 1900 агроусадеб, предлагающих широкий спектр туристических услуг.

В развитии агроэкотуризма важно создание кластерных моделей на основе «зеленых» туристических маршрутов, что будет способствовать активному продвижению этого экскурсионного продукта на внутреннем и внешнем туристических рынках.

Беларусь имеет выгодное геополитическое расположение, богатую историю и культуру, уникальные природно-рекреационные ресурсы, а также гостеприимных хозяев агроусадеб, способных принять и заинтересовать своих гостей не только оригинальными условиями жизни сельской глубинки, но и предложить культурно-познавательную, спортивную и рекреационно-оздоровительную программы. И все это можно реализовать посредством создания и функционирования туристических кластеров, которые способствуют диверсификации туристического предложения и экономическому развитию в регионах Беларуси.

Следует отметить, что одной из главных составляющих успешного кластера является его инновационная направленность, поскольку без внедрения инноваций кластерное объединение будет прототипом территориально-производственных объединений и сможет просуществовать лишь ограниченный промежуток времени.