

### Список использованных источников

1. *Савина, Н.В.* Технология репрезентации историко-культурного наследия в экскурсионном сервисе : материалы ежегодной науч. конф. преподавателей и аспирантов, Минск, 23–24 апр. 2016 г. : в 5 ч. Ч. 3. / Минск. гос. лингв. ун-т. ; отв. ред. Н.П. Баранова. — Минск, 2016. — С. 18–21.

*Л.А. Живицкий,  
Е.Д. Дубровская*  
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель П.А. Литвинов

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НОСТАЛЬГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В современных условиях конкуренции на рынке услуг в санаторно-курортной сфере Республики Беларусь расширение возможностей этого комплекса представляется возможным за счет выхода на международные туристические рынки. А это возможно за счет введения инноваций. Всего существует 3 типа: продуктовые, организационные и технологические. Организационные инновации довольно сложны во внедрении. Технологические инновации повсеместно вводятся в санаториях Республики Беларусь. Наибольшие проблемы связаны с продуктовыми инновациями. Поэтому в данной сфере возникает настоятельная необходимость в разработке нового инновационного продукта.

Одним из таких направлений может стать ностальгический туризм в Республике Беларусь.

На данный момент в стране существует значительное количество санаториев, деятельность которых характеризуется хронической убыточностью и являются дотируемыми, что ложится тяжелым бременем на бюджет. Поэтому имеется ряд санаториев, для которых можно предложить коррекцию продуктовой линейки для улучшения финансовой стабильности. Только на территории Минской области имеются более 10 заброшенных санаторно-оздоровительных учреждений, из них от 2 до 5 учреждений по состоянию и месту могут быть потенциальными объектами для реконструкции и реализации проекта для ностальгического туризма. Также имеется ряд санаториев, которые не являются в должной мере рентабельными на текущий момент. Перепрофилирование одного из таких санаториев может подарить ему второе дыхание. Мы считаем разработку и внедрение такого туристического продукта с такой инновацией актуальными, так как это обеспечивает:

1) возможность бывшим гражданам СССР окунуться в атмосферу молодости, получить заряд энергии, вспомнить время, когда был расцвет их жизненных сил;

2) возможность иностранцам получить аутентичный санаторный продукт «советской» тематики, что будет актуальным, ведь для запад-

ных стран Советский Союз, в большей своей степени, был закрыт. Можно предположить, что зарубежная аудитория будет заинтересована в посещении места, реконструированного под советскую эпоху;

3) перепрофилирование малоприбыльного санатория даст возможность сделать его высокоприбыльным с минимальными затратами, благодаря наличию готовых материальных ресурсов и относительно небольшим первоначальным вложениям.

В качестве целевой аудитории стоит рассматривать граждан Республики Беларусь и Российской Федерации в возрасте от 40 до 60 лет в диапазоне от среднего достатка до ВИП-клиентов, а также иностранцы в возрасте от 40 до 65 лет. Атмосфера, стиль обслуживания, материальная база, анимационно-досуговая деятельность, обслуживающий сектор — все должно соответствовать аутентичному стилю, полностью передающему атмосферу советского времени.

Наиболее перспективной является реализация данной инновации с помощью инвестиционного проекта, так как частные инвесторы больше заинтересованы в результате, а решение поставленных задач отличается наличием творческого подхода.

Также необходимо заметить, что не стоит использовать такой вариант перепрофилирования санаториев в общем порядке. Ведь именно уникальность такого объекта обеспечит необходимый приток гостей.

#### **Список использованных источников**

1. Зброшенныя аб'екты ў Беларусі [Электронны рэсурс]. — Режим доступу: <https://urban3p.ru/>. — Дата доступу: 22.02.2018.

2. Путешествия по Беларуси и окрестностям [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vandrouka.by/>. — Дата доступа: 21.02.2018.

**М.Н. Зайцева**

*БГЭУ (Минск)*

**Научный руководитель П.А. Литвинов**

## **ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ СПОРТИВНЫХ КЛАСТЕРОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Опыт наиболее развитых стран показывает, что основные наукоемкие и высокотехнологичные отрасли экономики в большинстве своем утвердились вокруг кластерообразующих организаций. Для того чтобы применять кластерную политику в сфере спорта и туризма, необходимо понять, что такое спортивный и туристический кластер, их цели и задачи, сущность, принципы.

М. Портер определяет кластер следующим образом: это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенных сферах, характери-