

Еще более важным для потребителя из постиндустриальных стран становится социокультурный фактор организации общества, мотивирующий к духовному и физическому самопознанию и саморазвитию, а также возможность реализации этих высших человеческих потребностей в системе спа- и велнес-культуры, т.е. на базе предприятий СКС. В данном исследовании, по аналогии с успешными примерами ряда дестинаций Южной и Юго-Восточной Азии, использующими для удовлетворения названных потребностей национальные религиозные практики (буддистские (йога, медитация), индуистские (аюрведа)), мы рассматриваем православные традиции (менее распространенные в основных центрах туристского спроса) как реализующие социокультурные факторы формирования соответствующих названным потребностям уникальных впечатлений. Однако даже базовые составляющие данных факторов находят пока крайне слабое применение в СКС. Например, возможность организации постного питания предусмотрена лишь в 7 % предприятий, комната для молитвы и проведения Литургии — в 5 %, празднование важнейших христианских праздников (Пасха, Рождество, Масленица и Прощеное Воскресенье) организуется без ориентации на канонические традиции, отчего существенно теряется изначальная сакральность и уникальность события.

Таким образом, приведенный краткий анализ свидетельствует о значительном потенциале воздействия самобытных социокультурных традиций белорусского народа на удовлетворенность важнейших потребностей международных туристов и, одновременно, крайне низком уровне их использования, невнимании предприятий СКС к данному аспекту формирования востребованного на международном рынке турпродукта, а также возможностям маркетингового обоснования его уникальности в условиях глобализации туристического рынка.

*Ж.Л. Цауркубуле, д-р инж. наук, ассоц. профессор  
БИПМ (Рига, Латвия)*

## **АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА ЛАТВИИ В УСЛОВИЯХ ЕВРОПЕЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ**

Индустрия гостеприимства и индустрия питания представляют собой основные секторы услуг в экономике Европы. На их долю приходится значительная часть рынка туризма. В настоящее время туризм представляет собой очень энергичный вид социально-экономической деятельности, который является фактором развития сельской местности. Согласно статистике общеевропейской базы данных, гостиницы и рестораны к

концу 2012 г. обеспечили работой около 6,9 млн чел., на ресторанный сектор приходилось 79 % всех рабочих мест в сфере услуг, предприятия имели ежегодный оборот общим объемом 338 млрд евро. На долю крупнейших 15 стран Европы приходилось 88 % предприятий, 96 % рабочих мест и 97 % годового оборота. Это свидетельствует о достаточно сильном влиянии сферы ресторанных и гостиничных услуг на развитие рынка труда стран — членов ЕС, а также — экономической инфраструктуры Европейского союза в целом.

Условия экономической ситуации в Латвии на протяжении последних лет являются весьма неоднозначными для большинства предприятий, чья хозяйственная деятельность направлена как на производство товаров, так и на предоставление услуг. Основными рынками деятельности, закономерно связанными с основной направленностью развития экономики нашей страны, является туристический бизнес и действующие непосредственно в нем сферы предоставляемых услуг. Важнейшей из них является ресторанный бизнес — неотъемлемая часть всей структуры общественного питания в целом. Это объясняется прежде всего возрастающей популярностью нашей страны среди мировых туристических объектов. Увеличивающийся поток иностранных гостей и создаваемый ими спрос на услуги общественного питания и культурного отдыха приводит к увеличению числа предприятий, желающих удовлетворить этот спрос растущим ассортиментом различных предложений. К тому же на данный момент экономическое состояние местного населения находится на стадии первичного роста после экономического кризиса и спада покупательских возможностей. Сфера ресторанного бизнеса затрагивает интересы практически всего населения (как постоянно, так и временно проживающего на территории нашей страны), поэтому общественное питание в целом и ресторанный бизнес в частности являются динамично развивающейся отраслью экономики, одной из немногих, способных к быстрому реагированию на малейшие изменения рынка спроса.

Поэтому важным и актуальным является анализ существующей на данный момент ситуации в сфере ресторанного бизнеса Латвии с целью понять направленность развивающихся в ней тенденций, рассмотреть уровень качества хозяйственной деятельности и предоставляемых услуг, определить существующие проблемы и предложить их возможные решения, оценив дальнейшие перспективы развития отрасли.

Проблема, рассмотренная в работе состоит в том, что сфера ресторанного бизнеса, занимая значимое положение в общей хозяйственной деятельности нашего общества, сталкивается в своем возможном дальнейшем развитии с рядом препятствий, таких как неустойчивая экономическая ситуация в государстве, низкая платежеспособность основной части населения, острая конкурентная борьба и частые негативные из-

менения в общей внешней среде предприятий. В связи с этим необходимо в первую очередь решать проблемы, связанные с возможностями развития в финансовых, маркетинговых и инновационных областях деятельности ресторанного бизнеса.

*Цель исследования:* основываясь на теоретических и методологических основах анализа рынка ресторанных услуг Латвии в контексте членства в ЕС, проанализировать факторы, влияющие на развитие ресторанного бизнеса, и разработать предложения по улучшению возможностей развития, оценивая его перспективы в условиях современной экономической ситуации.

*Задачи исследования:*

1. Проанализировать факторы, влияющие на развитие рынка ресторанного бизнеса в Латвии и Европе.

2. Определить проблемы развития ресторанного бизнеса и дать им оценку.

3. Обобщить и структурировать перспективы и возможности развития ресторанного бизнеса в Латвии.

На основе проведенных исследований сделаны рекомендации по развитию ресторанного бизнеса в Латвии.

***Н.В. Шутилина***, канд. экон. наук, доцент  
БГЭУ (Минск)

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКОГО КУРОРТНОГО РЫНКА**

В развитии курортного рынка Беларуси в настоящее время наблюдается переориентация основного внимания на маркетинг, продвижение санаторно-курортных услуг, внедрение принципов клиентинга. Анализ функционирования основных субъектов курортного рынка за последнее десятилетие позволяет сделать вывод, что они претерпевают как количественные, так и качественные изменения.

Проведенные исследования выявили следующие положительные тенденции:

- стабильный рост спроса на санаторно-курортные и оздоровительные услуги белорусских здравниц;
- рост объемов санаторно-курортного обслуживания при сокращении среднего срока пребывания;
- увеличение туристических потоков с целью лечения и оздоровления;
- интенсивный рост экспорта санаторно-курортных и оздоровительных услуг;