

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;

- изменение качественных характеристик внутреннего спроса на санаторно-курортные услуги;
- диверсификация санаторно-курортного турпродукта.

При этом существуют серьезные проблемы в развитии ключевых объектов исследуемого рынка — курортов. Характерной чертой выступают значительные региональные диспропорции в развитии сети санаторно-курортных и оздоровительных организаций, которые связаны с особенностями лечебного рекреационно-ресурсного потенциала, ориентацией на обеспечение спроса наиболее емких рынков. Наблюдаются существенные различия между здравницами, касающиеся эффективности их работы и качественных характеристиках турпродукта.

Крупнейшим белорусским курортом, имеющим развитую инфраструктуру, является курорт республиканского значения «Нарочь». Здесь функционирует более 20 санаторно-курортных и оздоровительных организаций, в которых ежегодно отдыхают около 100 тыс. чел. Относительно высокий уровень развития рекреационных функций характерен и для курорта «Ждановичи».

Анализируя развитие курортного рынка Беларуси, следует отметить такую тенденцию, как внекурортное размещение санаторно-курортных организаций — только 30 % их конечного фонда сконцентрировано в пределах официальных курортов. По оценкам экспертов, большинство курортов Беларуси находятся в начальной стадии развития и требуют инвестиций для формирования современной инфраструктуры. Основными проблемами их развития в современных условиях являются низкая эффективность менеджмента, отсутствие перспективных планов развития, маркетинговых стратегий продвижения, нерациональность территориального размещения (ряд официально учрежденных курортов находится в административных границах населенных пунктов городского типа, другие — в сельской местности с неразвитой инфраструктурой и социально-культурной сферой).

Одним из возможных подходов к решению указанных проблем может явиться создание в Республике Беларусь туристических кластеров (курортов). Однако данное направление требует более глубокой детальной проработки.

Для обеспечения перспективного развития курортного рынка необходимы комплексные организационные и маркетинговые инновации, связанные с разработкой концептуальных подходов к рациональному размещению курортных зон, эффективным использованием природно-ресурсного потенциала Беларуси, привлечением инвестиций, формированием системы продвижения курортов и соответствующих турпродуктов.