СОВРЕМЕННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ГУ «ЦЕНТРКУРОРТ»

А. А.Лашенков

Туристический бизнес Беларуси в последние годы претерпел ряд проблем и затруднений, следствием чего явилось сокращение организаций, осуществляющих туристическую деятельность, в 2009 году по отношению к 2008 на 20 %. Мировой экономической кризис, а также индивидуальная «слабость» некоторых турфирм сказались на снижении их конкурентоспособности на белорусском рынке. Основной причиной этого явилась неверная стратегия социально-экономического развития предприятий, ошибки в выборе приоритетных направлений и, как правило, слабая маркетинговая кампания. В свете данной проблемы анализ социально-экономического развития устойчивой на туристическом рынке организации, которой, безусловно, является ГУ «ЦентрКурорт», позволит выявить недостатки и определить верные подходы ведения туристической деятельности.

В ГУ «ЦентрКурорт» выделяют следующие направления развития: санаторно-курортное лечение и оздоровление, туристическая деятельность, деятельность страхового агента, а также оптовая и розничная торговля лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения.

В каждом из данных направлений ГУ «ЦентрКурорт» выступает в качестве производителя различных услуг: санаторно-курортное лечение – туроператор (с прибылью по данному направлению в 2009 году в 39,6 % от общего дохода), туристическая деятельность – турагент (21,3 %), оптовая и розничная торговля – предприниматель (36,1 %). Статистика свидетельствует об относительной слабости туристической деятельности. Так, при практически одинаковом количестве офисов продаж (7) и аптек (9) прибыль последних в 1,7 раза превышает прибыль от туризма. Более четко ситуацию характеризует «предпринимательская», а не «туристическая» направленность ведения бизнеса ГУ «ЦентрКурорт», который в 2009 году предпочел ремонту помещения своего головного офиса открытие новой аптеки (№ 7 в сан. «Юность»).

Причиной ведения такой политики является ряд факторов, это и, в первую очередь, мировой экономической кризис, и неприемлемо высокий уровень цен на туристические услуги для иностранных туристов, и относительно слабая покупательная способность белорусского народа (так, при плане оказания туристических услуг в 2009 году в 9625,0 млн руб. ГУ «ЦентрКурорт» едва преодолел планку в 5900,0 млн руб.), вследствие чего пришлось переориентироваться на другие направления развития, дабы не оказаться неплатежеспособными. То же самое происходит и на всем туристическом рынке Беларуси. Многие организации вынуждены заниматься

не только продажей туров, но и авиа- и ж/д билетов, страховой и иной другой посреднической деятельностью, чтобы оставаться на рынке. Примером могут служить такие туристические фирмы, как Step by Step (образовательные услуги), АлатапТур (продажа авиабилетов), Трэвел (международные автобусные перевозки), «ЦентрКурорт» (фармацевтические услуги и услуги страхового агента). Однако следует отметить, что на современном этапе сочетание в рамках одной организации нескольких магистральных направлений развития выступает в качестве одного из основных элементов стратегии устойчивого развития.

При анализе социально-экономического развития туристической организации следует учитывать не только так называемые внешние факторы, но и необходимо взглянуть на саму политику ведения бизнеса. Потеря прибыльных и приоритетных направлений, таких как охота и рыбалка (доля которых в объеме услуг по национальным паркам Беларуси в 2008 году составила 40 %, в 2009 они не оказывались вовсе), откровенно слабая материальная база (износ основных средств составляет более 60 %), отсутствие четко выраженной маркетинговой политики и политики продвижения бренда (в бизнес-плане на 2010 год практически нет ни одного слова о входе на туристические рынки других государств) заставляет задуматься о перспективах развития организации.

Таким образом, современная направленность туристических организаций на диверсифицированность предоставляемых услуг обусловлена нестабильностью туристического рынка. Но в структуре ведения турбизнеса также существует множество «внутренних» проблем, возникающих вследствие слабости белорусских фирм и их незаинтересованности в продвижении на рынки других государств. Так или иначе, но в скором времени это может привести к краху всего туристического бизнеса Беларуси, в котором может не остаться по-настоящему «сильных» фирм, ведущих настоящую туристическую деятельность.

К ВОПРОСУ ОБ ОТВЕТСТВЕННОСТИ СТОРОН ИНВЕСТИЦИОННОГО ДОГОВОРА

А. П. Шевченко

Одним из наиболее остро дискутируемых вопросов, поднимаемых в процессе заключения инвестиционного договора, является вопрос об ответственности сторон за неисполнение (ненадлежащее исполнение) его условий. Данная проблема непосредственно связана с определением правовой природы указанного договора. Установление его юридической сущности дает возможность выяснить, допустимо ли применять к отношениям сторон нормы Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее – ГК) об ответственности за нарушение обязательств. При изложении