

но-оздоровительных туров. В последнее время наметились положительные тенденции в развитии дополнительных услуг в ведущих курортно-рекреационных центрах: открываются аптеки, парикмахерские, прачечные, банковские и почтовые отделения, устанавливаются терминалы для обслуживания кредитных карт, появляется доступ в Интернет.

В настоящее время процесс модернизации медицинского оборудования в белорусских здравницах происходит преимущественно за счет внедрения импортного оборудования из Германии, Италии, Швейцарии и других стран Европы, а также Китая, Японии, Украины и России.

Основную часть потока отдыхающих в санаторно-курортных и оздоровительных учреждениях Республики Беларусь формируют белорусские граждане (570,8 тыс. человек или 76,9 % в 2010 г.). Вместе с тем, за последние несколько лет существенно расширился поток иностранных граждан, отдыхающих в белорусских здравницах. Если в 2003 г. в санаторно-курортных учреждениях Беларуси отдохнули менее 1,5 тыс. иностранных туристов, то в 2006 г. – 28,5 тыс., 2007 г. – свыше 35 тыс., 2008 г. – более 105 тыс., а в 2010 г. – 172 тыс. иностранных граждан, в т. ч. 165 тыс. из стран СНГ.

Таким образом, за период 2003–2010 гг. поток иностранных отдыхающих возрос более чем в 100 раз, что позволило существенно увеличить экспорт санаторно-курортных услуг.

Таким образом, белорусский санаторно-курортный туристический продукт имеет в целом благоприятные предпосылки конкуренции на мировом рынке. В современных условиях развития мирового рынка требуется переход на новую инвестиционно-инновационную стадию развития санаторно-курортного комплекса Беларуси для перспективного превращения в конкурентоспособный на мировом рынке объект лечебно-оздоровительного туризма, когда конкурентным преимуществом становится высокое качество медицинских и рекреационных услуг, инфраструктуры и сервиса, эффективный маркетинг туристического продукта.

Поэтому санаторно-курортный комплекс Беларуси может занять достойное место в обеспечении экспорта национального продукта и позиционировать себя как конкурентоспособную отрасль в области здравоохранения.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ПРОДУКТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А. В. Ивашко, А. А. Шарандикова

Благодаря высокому качеству и сравнительно небольшой стоимости медицинских услуг, уникальному лечебному рекреационно-ресурсному потенциалу и удобному географическому положению, а так же доста-

точно высокому уровню развития инфраструктуры – санаторно-курортное лечение является одним из самых перспективных направлений развития экспорта медицинских услуг в Республике Беларусь.

Для развития экспорта санаторно-курортные учреждения Беларуси обладают преимущественно естественно-ресурсными предпосылками (месторождения минеральных вод, лечебных грязей и выгодное географическое положение), тогда как инвестиционно-инновационные факторы (специальная инфраструктура, маркетинговая деятельность по продвижению туристического продукта, эффективный менеджмент персонала, диверсифицированный туристический продукт и др.) в рамках санаторно-курортного хозяйства Беларуси не получили широкого развития [2].

Санаторно-курортный комплекс Беларуси имеет значительные предпосылки для осуществления экспортных функций. На базе санаторно-курортных учреждений формируется комплексный санаторно-курортный туристический продукт, популярность которого на мировом рынке постоянно растет. Поэтому в соответствии с Национальной программой развития экспорта Республики Беларусь 2011–2015 гг., перед организациями санаторно-курортного типа Беларуси стоит задача активного развития въездного лечебно-оздоровительного туризма [1].

Среди различных типов здравниц республики экспортная ориентация медицинских услуг характерна в первую очередь для санаториев. Это объясняется более высоким уровнем обслуживания и инфраструктуры санаториев Беларуси по сравнению с другими типами здравниц, а также их более активной рекламно-информационной деятельностью на рынках стран-соседей.

Сеть санаторно-курортных организаций Республики Беларусь по состоянию на декабрь 2011 года имеет следующую структуру: санатории для взрослых (63,3%), студенческие санатории-профилактории (15,6%), детские реабилитационно-оздоровительные центры (11,9%) и детские санатории (9,2%) [3].

При выборе страны назначения потенциальные пациенты обращают внимание на:

- высокие медицинские технологии (40%),
- высокое качество медицинского обслуживания (32%),
- высокие показатели по выздоровлению (15%),
- низкие цены (9%),
- иное (4%).

Следует отметить, что санаторно-курортные учреждения Беларуси преимущественно ориентируются на российский рынок. Конкурентоспособность санаторно-курортного продукта Беларуси на российском рынке определяется сочетанием приемлемых цен и высокого качества оказываемых медицинских услуг, а также привлекательностью климатических условий страны, фактором безопасности, отсутствием языкового и визового барьера.

**SWOT-анализ развития экспорта санаторно-курортного туристического
продукта в Республике Беларусь**

Сильные стороны	Слабые стороны
- значительный лечебный рекреационно-ресурсный потенциал; - высокое качество медицинских услуг; - более низкие цены, по сравнению с основными конкурентами; - отсутствие языкового барьера и визовых формальностей для стран СНГ; - благоприятный имидж медицинских услуг на российском рынке	- 90 % санаторно-курортных учреждений Беларуси не достигли конкурентоспособности своего продукта и не используют современные маркетинговые стратегии для его продвижения; - низкий уровень подготовки персонала для работы с интуристами (слабая языковая подготовка); - недостаточно эффективная рекламно-информационная деятельность за рубежом; - низкое качество рекламно-информационных материалов; - низкая диверсификация туристического продукта; - визовый режим; - низкая степень внедрения интернет-технологий; - низкая эффективность использования информационных и коммуникационных технологий при продвижении продукта; - необходимость предварительного получения санаторно-курортной карты, что противоречит международному опыту
Возможности	Угрозы
- удовлетворение спроса на услуги, повышающие качество жизни и соответствующие мировым стандартам; - более полное и комплексное использование лечебного рекреационно-ресурсного потенциала; - налаживание устойчивых контактов с иностранными туроператорами и рекламными агентствами, в том числе с российскими; - инвестиционные вложения государственного и частного, в том числе иностранного, капитала	- снижение платежеспособности потребителей вследствие финансового кризиса в мировой экономике; - акцентирование внимания конкурентов на негативные последствия аварии на ЧАЭС; - сильная зависимость от конъюнктуры российского рынка; - ограничение возможностей привлечения частного капитала в отрасль

Так с 2006 по 2011 год количество иностранных граждан, прошедших санаторно-курортное лечение и оздоровление в Беларуси, увеличилось на 86% (рис.1).

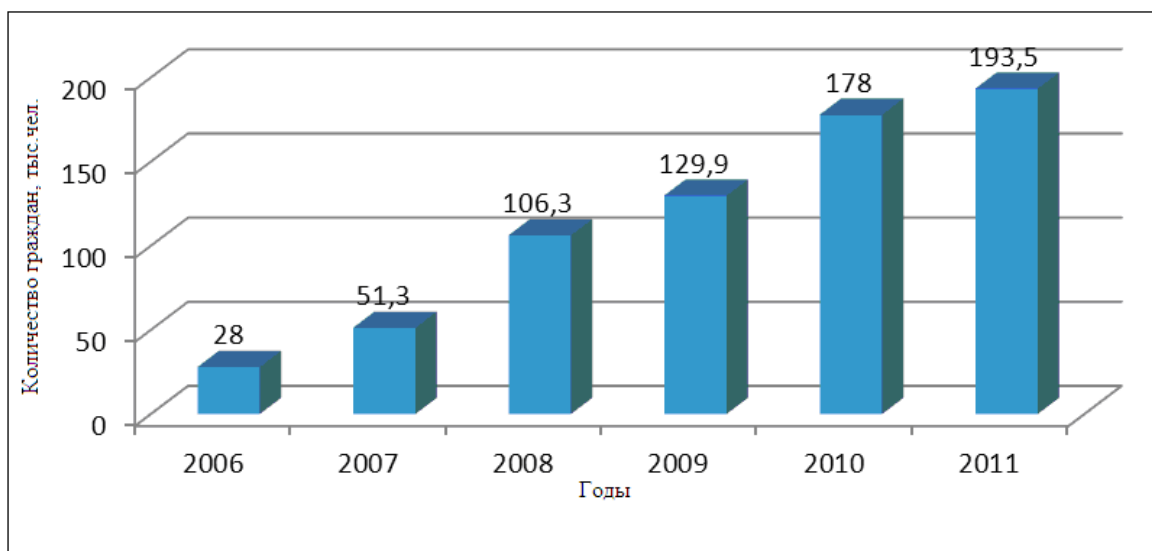


Рис. 1. Количество иностранных граждан, прошедших санаторно-курортное лечение и оздоровление в организациях Республики Беларусь

Экспорт услуг санаторно-курортных и оздоровительных организаций Республики Беларусь с 2006 по 2011 г увеличился на 96% (рис. 2).

Однако в общей структуре туристического потока в Беларусь 70% приходится на долю россиян, в то время как удельный вес представителей других стран (Литва, Латвия, Польша, Германия) невелик.

Причины непопулярности белорусских медицинских услуг на рынке Евросоюза:

- недостаточно высокий уровень сервиса и инфраструктуры;
- диверсифицированность услуг;
- отсутствие услуги трансфера в большинстве здравниц;
- неэффективная рекламно-информационная деятельность, особенно на рынках стран дальнего зарубежья;

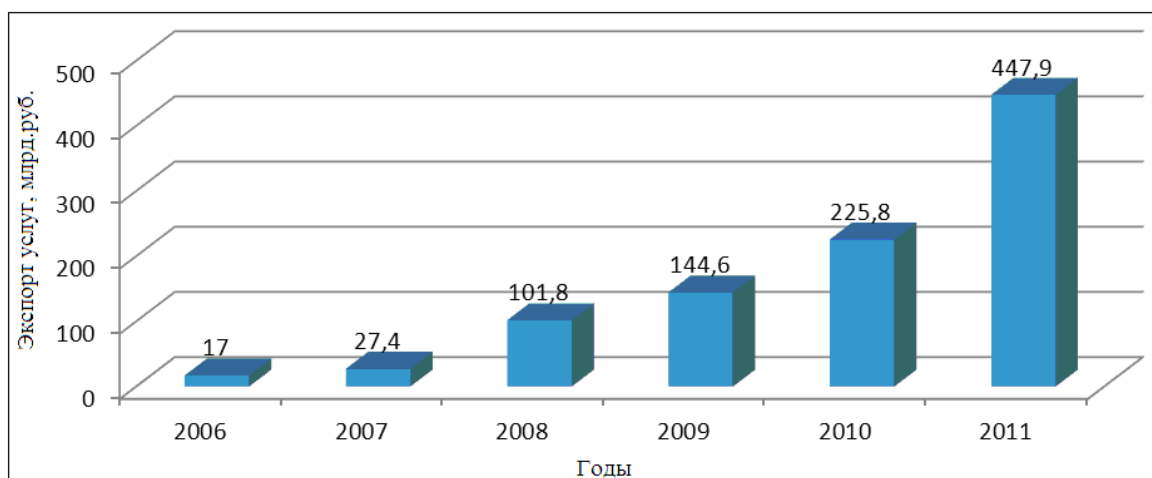


Рис. 2. Экспорт услуг санаторно-курортных и оздоровительных организаций Республики Беларусь в 2006–2011 годах

- языковой барьер, обусловленный недостаточно высокой квалификацией обслуживающего персонала для работы с иностранными туристами из стран вне СНГ и др.;
- неграмотная с точки зрения формирования лояльности потенциального клиента ценовая политика);
- визовые формальности.

Направления развития экспорта санаторно-курортного продукта:

- повышение качества услуг;
- использование международного опыта создания и продвижения;
- турпродукта лечебно-оздоровительного туризма;
- внедрение инноваций;
- сохранение существующих конкурентных преимуществ;
- повышение квалификации персонала;
- упрощение таможенных и визовых формальностей для иностранных граждан;
- оптимизацию структуры себестоимости турпродукта и ценовой политики здравниц.

Таким образом, белорусский санаторно-курортный туристический продукт имеет в целом благоприятные предпосылки конкуренции на мировом рынке. На современном этапе происходит активизация экспортных функций санаторно-курортного комплекса Беларуси, однако основным источником привлекательности белорусских здравниц для иностранных туристов остаются лечебные ресурсы и невысокая стоимость услуг. В современных условиях развития мирового рынка требуется переход на новую инвестиционно-инновационную стадию развития санаторно-курортного комплекса Беларуси для перспективного превращения в конкурентоспособный на мировом рынке объект лечебно-оздоровительного туризма, когда конкурентным преимуществом становится высокое качество медицинских и рекреационных услуг, инфраструктуры и сервиса, эффективный маркетинг туристического продукта. Возможности такого перехода ограничены рядом негативных факторов: низким уровнем инфраструктуры и сервиса, отставанием от мирового уровня в развитии маркетинговых технологий, низкой интенсивностью инновационной деятельности, ограниченными возможностями для привлечения частного, особенно иностранного, капитала в отрасль, нехваткой высоко квалифицированных специалистов, неразвитой правовой основой организации въездного туризма на базе здравниц.

Поэтому санаторно-курортный комплекс Беларуси может занять достойное место в обеспечении экспорта национального продукта и позиционировать себя как конкурентоспособную отрасль в области здравоохранения.

Литература

1. Электронный ресурс Совет министров Республики Беларусь// Постановление Совета Министров от 23.05.2011 № 656 О Национальной программе развития экспорта Республики Беларусь на 2011 – 2015 годы
<http://pda.government.by/upload/docs/file55595f0025b31200.PDF>.
2. *Траскевич А. Г.* Воздействие внутреннего спроса на формирование международной конкурентоспособности санаторно-курортного комплекса Беларуси // Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси: матер. III Междунар. молодежной науч.-практ. конф., УО «Полесский государственный университет», г. Пинск, 27 марта 2009 г. Пинск: ПолесГУ, 2009. С. 103–105.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ИНФИНИТИВА И ИНФИНИТИВНЫХ ОБОРОТОВ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА ДЖ. ГОЛСУОРСИ «СДАЕТСЯ ВНАЕМ»)

Е. В. Кирова, Г. С. Тиванова

Перевод отдельных языковых единиц с английского на русский язык может вызвать особенные трудности. В основном, это касается единиц, категории которых в двух языках не совпадают вообще или совпадают частично [1]. К таким категориям относятся и категории инфинитива (частичное совпадение: английский инфинитив, в отличие от русского, имеет три формы: простую, перфектную и продолженную; обладает гораздо более разнообразными функциями; используется намного шире), и инфинитивных оборотов (несовпадение – отсутствие такой категории в русском языке). Данные отличия, а также широкое употребление инфинитива и инфинитивных оборотов в английском языке делает поиск наиболее рациональных способов их перевода особенно актуальным. Несоответствия в системе двух языков и вытекающая из них невозможность формально точно передать значение грамматической формы в переводе компенсируются с помощью различных переводческих приемов и лексико-грамматических трансформаций [4]. Характер и особенности их применения при переводе инфинитива и инфинитивных оборотов были исследованы нами на материале текста оригинала и перевода романа Дж. Голсуорси “Сдается внаем” из монументальной серии «Сага о Форсайтах».

В ходе исследования был проведен сопоставительный анализ оригинального английского произведения и его перевода на русский язык; была изучена методика применения переводческих приемов при переводе инфинитивных оборотов и инфинитивов в различных функциях; проведен их статистический анализ.

Общий объем анализируемых фрагментов составил 603 инфинитива и 68 инфинитивных оборотов в тексте оригинала, что, на наш взгляд, яв-