

Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnayasfera/turizm/publikatsii_9/index_7070. – Дата доступа: 05.02.2018.

2. О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. № 372 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 05.02.2018

АНАЛИЗ РЫНКА МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Титкова Н.Д., Шкурдюк М.Ю.

Белорусский государственный университет физической культуры
(Минск, Республика Беларусь)

В системе мирового туристского развития на сегодняшний день особое и значительное место отводится молодежному туризму. Во всей системе мирового туризма доля молодежного туризма ежегодно увеличивается на 1,5 %. Значительно изменилась и структура возрастного состава туристских потоков. Доля путешествующих лиц до 30 лет занимает более 40 % турпотоков.

В 2015 году, по сравнению с 2011 годом, молодежное население как в сельской местности, так и в городах уменьшается, что связано с массовым отъездом молодежи в другие страны (рисунок 1).

| Годы <i>Year</i> | Все население <i>Total population</i> | В том числе <i>Of which</i> | | Дети в возрасте 0–17 лет <i>Children 0–17 years old</i> | | | Молодежь в возрасте 14–30 лет <i>Youth 14–30 years old</i> | | |
|---------------------|--|--------------------------------|--------------------------|---|--------------------------------|--------------------------|--|--------------------------------|--------------------------|
| | | городское <i>urban</i> | сельское <i>rural</i> | все население <i>total population</i> | в том числе <i>Of which</i> | | все население <i>total population</i> | в том числе <i>Of which</i> | |
| | | | | | городское <i>urban</i> | сельское <i>rural</i> | | городское <i>urban</i> | сельское <i>rural</i> |

Республика Беларусь / Republic of Belarus

| | | | | | | | | | |
|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| 2011 | 9 481 193 | 7 122 333 | 2 358 860 | 1 737 402 | 1 309 733 | 427 669 | 2 345 026 | 1 908 148 | 436 878 |
| 2012 | 9 465 150 | 7 174 938 | 2 290 212 | 1 730 937 | 1 314 936 | 416 001 | 2 291 078 | 1 883 696 | 407 382 |
| 2013 | 9 463 840 | 7 220 933 | 2 242 907 | 1 741 768 | 1 332 062 | 409 706 | 2 238 945 | 1 852 086 | 368 859 |
| 2014 | 9 468 154 | 7 274 775 | 2 193 379 | 1 761 321 | 1 358 175 | 403 146 | 2 185 205 | 1 818 592 | 366 613 |
| 2015 | 9 480 868 | 7 324 980 | 2 155 888 | 1 789 677 | 1 391 264 | 398 413 | 2 120 887 | 1 777 470 | 343 417 |

Рисунок 1 – Численность населения детей и молодежи в Республике Беларусь (чел.)

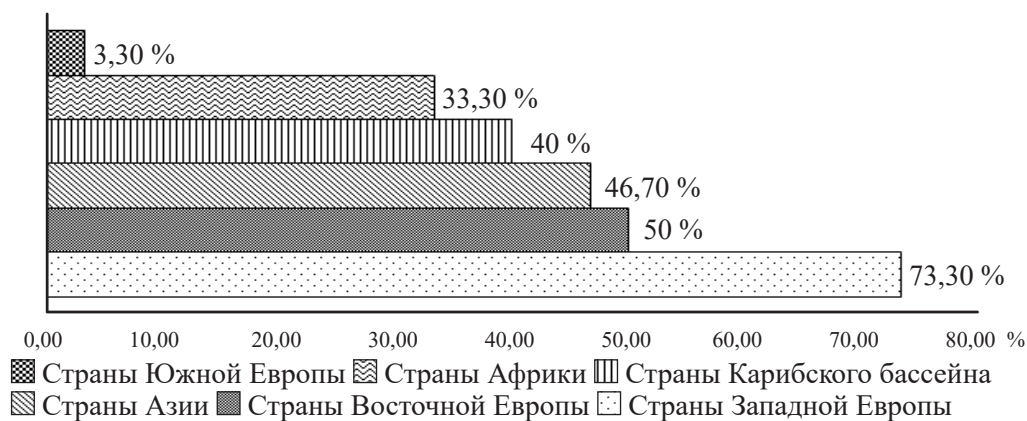


Рисунок 2 – Соотношение предпочтений опрашиваемой молодежи по основным направлениям отдыха (в %)

Целью проводимого исследования являлся анализ рынок молодежного туризма в Республике Беларусь, на основании которого были выделены основные туристические направления молодежи – страны Западной, Восточной Европы и Азии (рисунок 2). На эти направления следует делать акцент при формировании туристического продукта туристическим предприятиям.

Составляя турпродукт, следует уделить внимание основным составляющим, а именно, молодежь в приоритете предпочитает спокойный (пляжный) отдых (рисунок 3). Популярностью данный вид отдыха будет пользоваться в летнее и зимнее время года. Наиболее оптимальный временной промежуток на отдыхе – 8–14 дней (рисунок 4), предпочтение в средствах размещения составляют гостиницы 5*, 4* и 3* (рисунок 5). При выборе средства перемещения среди молодежи полярностью пользуется самолет (рисунок 6).

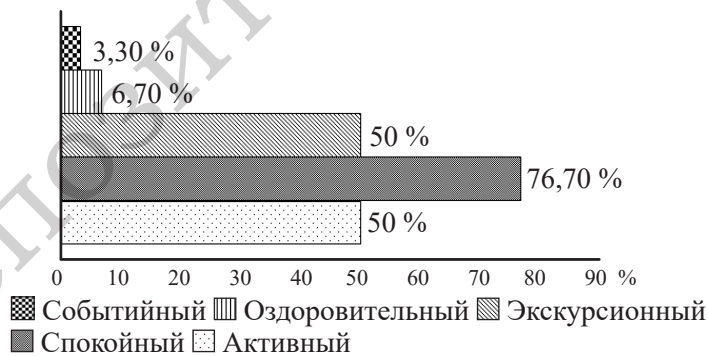


Рисунок 3 – Соотношение в предпочтениях вида отдыха у молодежи (в %)

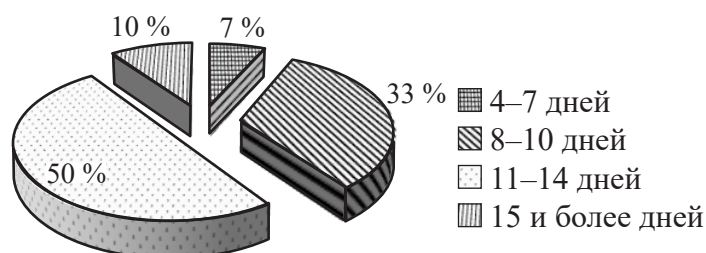


Рисунок 4 – Соотношение потребности молодежи во времени, проведенном на отдыхе (в %)

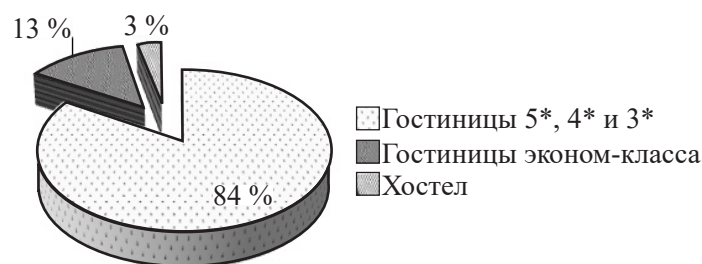


Рисунок 5 – Соотношение предпочтений в средствах размещения у опрашиваемой молодежи (в %)

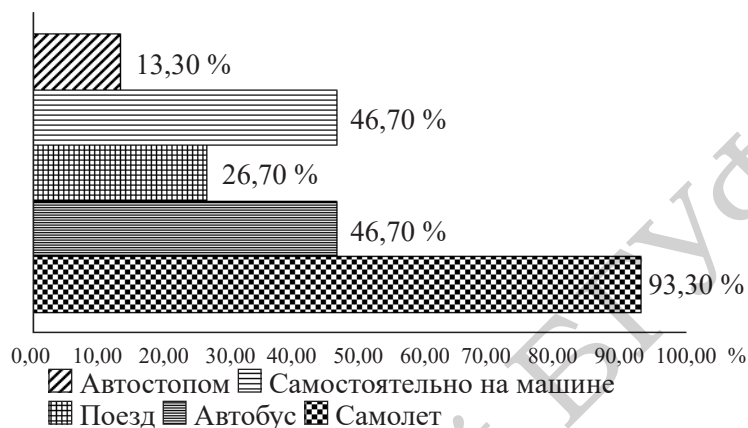


Рисунок 6 – Соотношение наиболее предпочтительных средств передвижения у молодежи в путешествии (в %)

Кроме вышеперечисленных составляющих для формирования турпродукта для молодежного населения стоит обратить внимание на количество экскурсий, входящих в турпродукт и наличие развитой инфраструктуры на курорте.

В результате проведенного исследования был выделен ценовой диапазон сформированного турпродукта 401–1200 \$, который, в свою очередь, не должен снизить качество составляющих турпродукта (рисунок 7).

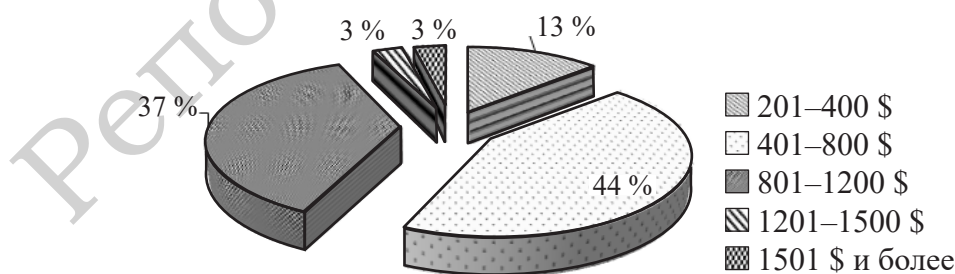


Рисунок 7 – Соотношение расчета бюджета молодежи при планировании путешествия (в %)

Туристическим предприятиям стоит брать в приоритет молодежное население. Ориентироваться не на индивидуальный запрос, а групповой, ставить в приоритет безопасные направления, рассматривая перспективные маркетинговые ходы для привлечения молодежи, а именно, реклама через СМИ и социальные сети.