

УДК 338.2

## СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Д. А. НИПАТРУК

Научный руководитель Л. В. НАРКЕВИЧ, канд. экон. наук, доц.

Белорусско-Российский университет

Могилев, Беларусь

Структура рынка туристических услуг в Республике Беларусь представлена следующими наиболее актуальными видами туризма: агроэкотуризм, медицинский и лечебно-оздоровительный туризм, образовательный туризм.

Результаты анализа динамики количественных параметров субъектов туристической индустрии Беларуси показали, что по состоянию на 1 января 2019 г. количество организаций туристической индустрии составило 1 482 организаций, что на 55 % выше уровня 2012 г. и на 23 % относительно уровня 2017 г. Отмечена тенденция специализации деятельности субъектов на рынке туристических услуг, о чем свидетельствует рост специализированных компаний, осуществляющих туроператорскую или турагентскую деятельность при одновременном снижении комплексных операторов, работающих на платформе и туроператорской, и турагентской деятельности.

Приоритетными инновационными направлениями развития туристической индустрии Республики Беларусь являются:

- развитие актуального внутреннего и въездного туризма (экологического, агроэкотуризма, культурно-познавательного и социального);
- создание современной развитой инфраструктуры, туристической среды;
- внедрение в туристическую деятельность передовых IT-технологий и инновационных маркетинговых инструментов;
- углубление интеграции туристической индустрии Беларуси в рамках Союзного государства и использование потенциала туристической индустрии в рамках развития ЕАЭС, выход на новые международные рынки.

Среди перспективных направлений развития туристической индустрии рассмотрены инновационные проекты в следующих форматах:

- социальный туризм, при этом важным условием является доступность этого вида услуги широким слоям населения (мировой опыт убеждает, что массовость общедоступного социального туризма перекрывает его дешевизну суммой доходов и быстрой оборачиваемостью средств);
- этнический и ностальгический туризм;
- сити-брейк туры, подразумевающие расширение туров в малые и средние города, что позволит интегрировать возможности отдельных территорий и обеспечить увеличение продолжительности путешествий зарубежных гостей, активизировать внутренний туризм. Однако для этого необходимо решить проблему административной и территориальной разобщенности;
- мега-события, привлекательные созданием комплекса туристических услуг, совмещающих в себе само событие, оздоровление и отдых, этно-, культурно-познавательный туризм и т. д.