

15,8 % соответственно [5]), то можно предположить, что им нравится соответствие цены и сервиса.

В сложившейся мировой ситуации Республике Беларусь следует принимать меры, способствующие развитию внутреннего туризма. Необходимо проводить политику поддержки туристических предприятий, рабочих мест и доходов путем субсидирования или приостановления налогов, взносов и сборов в систему социального обеспечения.

Для повышения сервиса необходимо привлечение заемных средств и субсидий государства, а также уделение большего внимания уровню подготовки кадров. Сегодня сектор туризма нуждается в финансовой поддержке государства и инвесторов.

Если рассмотреть работу туристических фирм, то им следует не просто сохранять сумму путевки до следующего тура при вынужденных отменах туров клиентов, а сразу предлагать клиентам внутренний туризм. Примером может быть путевка в санаторий, оздоровительный комплекс, спа-отель, туристический маршрут и многое другое.

#### Источники

1. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2020.

2. МЭКС обсудил Национальную стратегию развития туризма в Беларуси до 2035 года [Электронный ресурс] // РСТО. — Режим доступа: <https://www.toursoyuz.by/2020/07/22/meks-obsudil-strategiyu-razvitiya-turizma-v-belarusi-do-2035-goda/>. — Дата доступа: 18.11.2020.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 18.11.2020.

4. *Говор, К. В.* Основные проблемы и направления развития туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / К. В. Говор // Электронная библиотека БГУ. — Режим доступа: <http://lib.i-bteu.by/handle/22092014/1821>. — Дата доступа: 18.11.2020.

5. Всемирный день туризма 2020 [Электронный ресурс] // ЕСО-Инфо. — Режим доступа: <http://ecoinfo.bas-net.by/calendar/world-tourism-day.html>. — Дата доступа: 18.11.2020.

<http://edoc.bseu.by/>

**А. А. Гибашова, А. А. Мазур**  
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **П. А. Литвинов**

## ИНКЛЮЗИВНЫЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Инклюзия — это принцип организации жизни в обществе, который позволяет принимать участие в различных аспектах (быт, обра-

зование, культура и искусство) всем людям, независимо от их внешности, происхождения, гендера, состояния здоровья. Соответственно инклюзивный (доступный) туризм — это комплекс услуг и удобств, предназначенный для людей с особыми потребностями. В данную категорию людей входят стареющее население, люди, пользующиеся инвалидными колясками, дети, люди с ограничениями подвижности, с детскими колясками, багажом, с нарушениями слуха или зрения, люди, говорящие на иностранных языках, и т.д.

В настоящее время доступный туризм является слабо развивающейся отраслью туристической индустрии по следующим причинам: неприспособленность инфраструктуры; недостаточное финансирование; дефицит информационного сопровождения; психологические барьеры в обществе.

Анализ туристического рынка показывает, что в большинстве случаев за инклюзивной доступностью стоит туризм для людей с нарушением опорно-двигательного аппарата. Для них разработано большое количество полноценных программ и маршрутов. Но стоит отметить, что для остальных людей с особыми потребностями, в частности с нарушением зрительного восприятия, такого разнообразия турпродукта на рынке нет.

Лидирующее место в популяризации данного направления занимает Великобритания. Особым спросом пользуется английская компания *Traveleyes*, которая предлагает готовый туристический продукт для незрячих и слабовидящих людей, а также включает аудиторию без особых потребностей, которая взаимодействует с инклюзивной группой. Также много проектов разрабатывается студентами на базе португальских университетов.

Стоит отметить, что в нашей стране нет туристического продукта для людей с нарушением зрительного восприятия. Согласно проведенному исследованию многие туристические фирмы не заинтересованы в развитии инклюзивного туризма. На данный момент только по линии волонтерской и благотворительной деятельности встречаются проекты, направленные на удовлетворение туристических потребностей данной категории людей. Примером может послужить работа Л. В. Скрадаль с проектом «Мивия», который предлагает знакомство с отдельно взятыми объектами города Минска для людей с нарушением зрительного восприятия с помощью специально разработанных ею аудио-тактильных макетов объектов.

Авторами был разработан проект, который предлагает турпродукт для молодых людей с нарушением зрительного восприятия. В рамках проекта разработан тур выходного дня, сочетающий продукт проекта «Мивия» с экологическим и искусствоведческим путем использования аудиодорожек, табличек и брошюр со шрифтом Брайля, макетов животных и птиц, изготовленных из натуральной шерсти, музыки и тактильных картин, а также включением адаптированных для незрячих мастер-классов.

Среди рекомендаций, могущих помочь Беларуси выйти на международный рынок в сфере инклюзивного туризма, будут следующие:

- детализированная и достоверная информация о действующих и доступных сервисах и услугах;

- активный отдых туристов и включение их в различного рода мероприятия, сочетающие в себе физическую деятельность и активный досуг;

- искоренение стигм и дискриминации;

- пилотирование инновационных решений для ускорения реализации проектов, созданных с целью преодоления барьерной среды;

- укрепление стратегических партнерских связей между госучреждениями и общественными волонтерскими объединениями.

Таким образом, можно сделать вывод, что туристический потенциал для развития инклюзивного туризма в Республике Беларусь достаточно велик [1, 2].

### **Источники**

1. Attracting tourists from Europe [Electronic resource] // CBI. Ministry of Foreign Affairs. — Mode of access: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism>. — Date of access: 17.11.2020.

2. Rowett, P. Inclusive Tourism: What it means, and why it's important to all Tourism Brands [Electronic resource] / P. Rowett // Tourism e-school. — Mode of access: <https://tourismeschool.com/blog/inclusive-tourism-means-important-tourism-brands/>. — Date of access: 17.11.2020.

<http://edoc.bseu.by/>

**А. А. Головки, Тянь Туни**  
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **П. А. Литвинов**

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ТУРПРОДУКТА ДЛЯ ДЕТЕЙ ОТ СЕМИ ЛЕТ**

Семейный туризм является на данный момент одним из самых востребованных продуктов на туристическом рынке. Особое значение для родителей в данном контексте имеет обеспокоенность недостаточной физической активностью детей, чье внимание поглощено современными информационно-коммуникационными технологиями (в первую очередь благодаря смартфонам). Следовательно, диджитализация туристической индустрии является одной из наиболее важных и актуальных задач.

Для привлечения подрастающего поколения и для родителей несомненно будет популярным продукт, в котором будет использоваться такая технология, как дополненная реальность или же AR. При его