

## ТУРИСТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ КАК ИНСТРУМЕНТЫ АКТИВИЗАЦИИ СПРОСА НА ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ

Пандемия коронавирусной инфекции и последовавшие за ней ограничения наглядно проиллюстрировали роль туризма как в мировой, так и белорусской экономике. По сравнению с 2019 г. экспорт туристических услуг сократился более чем в 2,5 раза и составил лишь 354,8 млн дол. США вместо 901,3 млн дол. США в предыдущем году [1]. Эпидемиологическая обстановка в мире все еще выступает в качестве сдерживающего фактора на пути к восстановлению сферы туризма. Ввиду закрытия границ число туристических поездок граждан Республики Беларусь за границу в 2020 г. составило 2810,4 тыс., что на 6410,8 тыс. поездок меньше, чем в предыдущем году, и на 6515,5 тыс. поездок по сравнению с 2018 г. [1]. Однако стоит отметить, что согласно данным Группы экспертов Всемирной туристской организации (UNWTO), внутренний спрос на туристические услуги будет восстанавливаться быстрее, чем международный [2]. Данная ситуация послужила стимулом для развития внутреннего туризма в Беларуси.

На современном этапе с точки зрения выявления структуры туристических ресурсов существуют два подхода. Первый основан на выделении двух групп факторов «природа + социокультура» (под социокультурой принято понимать: культурные, культурно-исторические, культурно-познавательные, социокультурные, исторические, археологические и другие объекты). Во втором подходе к двум выделенным факторам добавляется «инфраструктура». Так как потребности туриста заключаются не только в удовлетворении туристского интереса и получении впечатлений, но и в удовлетворении различных сторон его жизнедеятельности (физиологические, умственные, духовные и другие потребности). Однако, на наш взгляд, данной классификации все еще недостает немаловажного элемента — информационного ресурса.

Главной целью государственного управления была репрезентация туристического потенциала Беларуси на зарубежном рынке. Однако направленность исключительно на иностранных туристов привела к низкому уровню внутреннего туризма, так как большинство населения страны плохо информировано о туристических возможностях республики. Наиболее оптимальным путем решения проблемы может стать разработка и внедрение маркетинговой стратегии, ориентированной в первую очередь на жителей нашей страны. Республика

Беларусь в полной мере может удовлетворить самые разнообразные потребности туристов. Наиболее популярными направлениями в развитии внутреннего туризма являются: экологический, рекреационный, познавательный, спортивный и др. А кроме того, имеет уникальный симбиоз экологического и сельского туризма, реализованного в виде агроэкотуризма. Увеличение осведомленности о возможностях отдыха в Беларуси приведет к увеличению числа внутренних туристов.

### **Источники**

1. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // БелТА. — Режим доступа: <https://www.belta.by/>. — Дата доступа: 23.11.2021.

2. International tourist numbers could fall 60–80 % in 2020 [Electronic resource] // UNWTO. — Mode of access: <https://www.unwto.org>. — Date of access: 23.11.2021.

*СНИЛ «Тураналитик»*

*А. А. Мазур*

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — П. А. Литвинов*

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗРАБОТКИ ИНКЛЮЗИВНЫХ ЭКСКУРСИЙ ДЛЯ ЛИЦ С ПРОБЛЕМАМИ ЗРЕНИЯ**

В Республике Беларусь более 30 000 человек имеют проблемы со светочувствительным восприятием. Свыше 70 % из этих людей хотели бы путешествовать, однако не имеют такой возможности ввиду отсутствия соответствующего туристического продукта. В Конвенции ООН о правах инвалидов говорится, что доступность выражается в равном доступе:

- к физическому окружению;
- транспорту (в Беларуси разработан проект «Социальное такси»);
- информации и связи, включая информационно-коммуникационные технологии и системы (туроператоры зачастую не знают, где искать информацию о том, как сделать турпродукт инклюзивным, а туристы с особыми потребностями в свою очередь не знают, где искать информацию о наличии доступных условий. Стоит также отметить, что для людей с нарушением светочувствительного восприятия это становится еще сложнее, так как не все информационные источники доступны для них);
- другим объектам и услугам, открытым или предоставляемым для населения (здания и физическая среда не приспособлены для всех пользователей).