

Несмотря на то что потенциальный спрос на инклюзивный туризм составляет 26 % от общего (что означает, что данная сфера весьма перспективна), туристические организации и фирмы пока не готовы заниматься разработкой и внедрением подобного туристического продукта ввиду более высоких затрат и низкой рентабельности, так как инклюзивная часть общества требует большего внимания, усилий и ресурсов. В связи с этим в г. Минске деятельность, направленную на удовлетворение туристических потребностей людей с нарушением светочувствительного восприятия, осуществляют преимущественно волонтеры и неравнодушные люди. Поэтому данные туристические продукты единичны и, если и имеются, ориентированы не на все категории инклюзивной целевой аудитории. Важно также отметить, что имеющиеся на рынке продукты являются исключительно экскурсиями, ни одного тура до сих пор разработано не было.

Одной из наибольших по численности групп инклюзивных туристов являются люди с нарушением сенсорного восприятия. В эту целевую аудиторию следует включать сопровождающих незрячих и слабовидящих людей, которым в процессе проведения экскурсии можно завязывать глаза, чтобы они находились в тех же условиях, что и люди с нарушением зрения, с целью создания равных условий и реализации тренингов по безбарьерной коммуникации. Особое внимание при разработке и проведении таких экскурсий следует уделять использованию типов восприятия сенсорных систем, не связанных со зрением, в частности тактильному, обонятельному, вкусовому и слуховому восприятию. Следует использовать различные макеты, аудиодорожки, брошюры со шрифтом Брайля. Также существенный эффект оказывает использование различных мастер-классов (по керамике, приготовлению чая, выпечке хлеба и т.д.), а также тренингов по преодолению буллинга и по социальной адаптации. Значимое место в подобных экскурсиях должно занимать ознакомление экскурсантов с живой природой путем интеграции в них продуктов бердвоинга, посещения контактных зоопарков и т.п.

Таким образом, подобные экскурсии помогут людям с нарушением зрения понять, что инклюзивные члены общества являются полноценными потребителями туристических услуг.

*СНИЛ «Тураналитик»*

**А. А. Мазур**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — П. А. Литвинюк*

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АПИТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ**

Сегодня в мире существует большое количество видов туризма, которые положительно влияют на социально-экономическое благо-

получие тех территорий, где располагаются, но часто это приводит к антропогенным и экологическим проблемам. Единственный вид туризма, который не приводит к ухудшению экологии туристских территорий, а напротив, создает все возможные условия для поддержания благоприятной экологической обстановки и сохранения природных ресурсов, — экологический туризм. В нашей стране есть значительный потенциал для развития экологического туризма.

В Беларуси на 1 января 2021 г. 1307 особо охраняемых природных территорий. Все они в той или иной степени могут быть интересны с точки зрения экотуризма. Именно экологический (или зеленый) туризм на сегодняшний день является наиболее перспективным и быстроразвивающимся сектором туристического рынка, интегрируемым с прочими видами туризма и отраслями туристической индустрии. Наиболее ярким примером являются туристические продукты, посвященные такой сфере жизнедеятельности человека (которые являются также и элементом белорусской культуры), как пчеловодство (апитуризм). Апитуризм (пчелиный, или медовый туризм) подразумевает вид туризма, целью которого является дегустация, потребление, а также изучение технологии производства продуктов пчеловодства. Важно также отметить, что период пандемии COVID-19 поспособствовал развитию внутреннего туризма, а в частности экологического и апитуризма. Таким образом, экологический туризм стал одним из наиболее востребованных в Республике Беларусь. Однако, несмотря на востребованность данного вида деятельности, существует ряд факторов, которые не предоставляют возможность апитуризму выйти на рынок и создавать конкуренцию другим туристическим продуктам:

1. Интенсификация сельской деятельности с использованием химических средств. Данный процесс не только отрицательно сказывается на экологической обстановке в целом, но также оказывает негативное влияние на жизнедеятельность пчел. Ввиду данного факта в последние годы популяция насекомых-опылителей продолжает сокращаться.

2. Переход от аграрного общества к постиндустриальному. В связи с этим многие виды сельскохозяйственной деятельности попросту теряют свою актуальность. Эта проблема затронула также и пчеловодство. Однако многие специалисты считают, что именно пчеловодство является основой сельского хозяйства.

3. В стране крайне мало квалифицированных сотрудников, которые могли бы работать в сфере экотуризма, а также крайне мало специалистов в сфере пчеловодства, которые могли бы демонстрировать свою деятельность, создавая тем самым туристический продукт. Для решения данной проблемы необходимо создать международную систему сертификации апитуризма для установления «отраслевых» стандартов между пчеловодством, туристской и экскурсионной деятельностью.

В заключение хотелось бы отметить, что пчеловодство как элемент туристического продукта является перспективным ввиду новизны данной отрасли в сфере туроперейтинга, а также соответствует здоровым экологичным тенденциям общества, что могло бы способствовать выведению данной отрасли на международный туристический рынок, однако данный сектор нуждается в масштабной помощи и поддержке.

*СНИЛ «Тураналитик»*

**П. А. Максимук**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — П. А. Литвинов*

## **ВЛИЯНИЕ ЦЕННОСТНЫХ РИСКОВ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ**

Туризм является одной из самых распространенных форм рекреации в мире. Но мало кто задумывается о том, что он сопряжен со множеством рисков, причем как для производителей и продавцов туристических услуг, так и для туристов. Ценностные, или, как их еще называют, социальные риски относятся к рискам производителей туристических услуг. Они заключаются в кардинальной смене взглядов современного поколения на туризм в целом и на то, каким должен быть идеальный отдых. Изменение ценностных предпочтений сказывается на структуре спроса, и поставщики туристических услуг должны быть к этому готовы. Желание жить в роскошных отелях, посещать крупные города и всемирно известные культурные центры уходит в прошлое. Люди, придерживающиеся таких взглядов, стареют и уступают место новому поколению. Его представители не ищут роскоши, им интересна изнанка жизни, путешествия по небольшим провинциальным городам, длительное проживание в непривычных условиях и занятие необычной деятельностью, близкое знакомство с местными жителями, погружение в их внутренний мир, знакомство с историей их семей, сельский и экологический туризм.

В настоящее время данный вид путешествий становится особенно популярным, не в последнюю очередь из-за влияния пандемии COVID-19. Желание изолироваться от инфекции соперничает в людях с желанием путешествовать. Решением для них становится именно такой вид отдыха, подразумевающий минимум контактов с людьми. Многие эксперты полагают, что фактор изоляции отныне станет явлением перманентным, поэтому в будущем следует ожидать лишь роста популярности экотурешествий. Беря во внимание этот факт, нельзя не упомянуть, что путешествия экотематики сопряжены с риском