

СЕКЦИЯ «ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ»

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА БЕЗБАРЬЕРНОГО ТУРИЗМА В МИРЕ И РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Борисенко-Клепач Н. М., БОО «Отдых в деревне», Белорусский государственный университет

Согласно оценкам экспертов, в Европе насчитывается около 127 млн человек с особыми потребностями, что составляет около 27 % населения. Покупательская способность этого сегмента рынка оценивается приблизительно в 80 млрд евро. К 2060 г. численность населения Европы старше 65 лет, большинство из которых имеет особые потребности в путешествиях, составит уже 42 % всего населения. Если рассмотреть общемировую статистику, то по данным экспертов в мире около 650 млн человек с инвалидностью, значительная часть которых — это люди, готовые путешествовать, но имеющие особые запросы. В Республике Беларусь по официальным данным более 500 тыс. людей с инвалидностью. Этот растущий сегмент рынка требует от туристической отрасли качественных изменений, однако в свою очередь обладает значительным потенциальным экономическим эффектом. Мировые тенденции показывают, что большинство зарубежных стран уже в той или иной степени стали на путь развития безбарьерного туризма, в то время как в Республике Беларусь можно отметить лишь единичные случаи адаптации объектов туризма к потребностям этого сегмента туристов.

Термин «*accessible tourism*», или «*tourism for all*», в переводе с английского может звучать как «безбарьерный», «доступный», «инклюзивный туризм», или «туризм для всех». Согласно определению *ENAT* («Европейской сети безбарьерного туризма»), безбарьерный туризм означает, что путешествия, туристические дестинации, турпродукты и информация общедоступны и соответствуют запросам людей с особыми потребностями, их семей и друзей. В широком понимании безбарьерный туризм охватывает людей с инвалидностью, людей старшего возраста, людей, не знающих английского (или иного иностранного) языка, родителей с детьми.

Довольно часто субъекты туризма не рассматривают безбарьерный туризм как перспективный. Это происходит по ряду причин. Рынок безбарьерного туризма слабо изучен, и субъектам туризма кажется сложным привлечь таких туристов. Потребности и запросы этого сегмента неизвестны и неправильно понимаются, поэтому для туристической отрасли проще их проигнорировать. Затраты на инвестиции в инфраструктуру чаще всего преувеличиваются. В целом формирование безбарьерной среды рассматривается субъектами туризма как проблема, а не как возможность.

Однако, несмотря на перечисленные выше негативные факторы, безбарьерный туризм развивается нарастающими темпами. На сегодняшний день можно выделить два подхода к организации безбарьерного туризма, а именно подход, основанный на равном праве на отдых, и подход, нацеленный на получение

прибыли. В США развитие безбарьерного туризма уже давно рассматривается именно как прибыльное направление. Например, взрослые американцы с инвалидностью или ограниченной мобильностью тратят в среднем около 13,6 млн дол. США в год на путешествия. Наиболее популярны среди этого сегмента туристов круизы, так как современные круизные лайнеры адаптированы к их нуждам и предоставляют разноплановый отдых.

Одной из современных тенденций в сфере безбарьерного туризма в мире является внедрение стандартизации. В разных странах применяются различные обозначения, касающиеся доступности туристических (и не только) объектов. Наблюдается тенденция унификации этих обозначений и соответствующих стандартов безбарьерной среды для того, чтобы туристам было удобно ориентироваться в путешествии. Формирование безбарьерных условий повышает конкурентоспособность объекта туризма в целом, кроме того повышенная доступность приносит пользу всем категориям туристов.

Необходимо понимать, что существует две формы вовлечения людей с инвалидностью в туризм. В первую очередь люди с инвалидностью выступают непосредственно туристами, с другой стороны они же — потенциальные сотрудники. Например, в Великобритании в сельской местности около 10 % занятых в туризме и органическом сельском хозяйстве это люди с инвалидностью (по данным Департамента окружающей среды, питания и развития сельских территорий Великобритании).

Важным моментом в развитии безбарьерного туризма выступает информация, причем достоверная. Довольно часто туристы с инвалидностью просто не осведомлены о возможности отдыха в том или ином месте. Маркетинг «доступных» дестинаций — неотъемлемый элемент развития безбарьерного туризма.

Ключевым фактором успеха в развитии этого направления туризма выступает диалог между тремя основными «игроками» — государством, людьми с инвалидностью и туристической отраслью. Для развития этого направления как в зарубежных странах, так и в Республике Беларусь, необходим системный научный подход, основанный на использовании передового мирового опыта.

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ (на примере ЧПУ «Офис продвижения инициатив»)

Видевич М. В., Частное просветительское учреждение «Офис продвижения инициатив»

Частное просветительское учреждение «Офис продвижения инициатив» (далее — ЧПУ «ОПИ») является некоммерческой организацией, созданной с целью содействия улучшению качества жизни, развитию гуманитарно-просветительских ценностей через поддержку и продвижение инициатив граждан в области образования, культуры и социальной сфере. Основная задача учреждения — организация и проведение форумов, конференций, семинаров, круглых столов и иных мероприятий в области образования, культуры и соци-