

деятельности нуждаются в управлении с применением новейших методик и технологий.

2. Проект представляет собой временное предприятие, предназначенное для создания уникальных продуктов, услуг или результатов. Каждый спортивный проект имеет жизненный цикл, свидетельствующий о его временном характере.

3. Анализ PEST-факторов окружающей среды позволил выделить контролируемые и неконтролируемые риски, оказывающие влияние на исследуемый проект.

4. На этапе реализации проекта выявлен ряд проблем: недостаток опыта проведения спортивных мероприятий высокого уровня на территории страны; недостаточность ассортимента сувенирной продукции; нерационально выбранный спортивный объект для проведения соревнования, устранение которых способствует улучшению качества проектов.

1. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство PMBOK). – V изд. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://5pmbok.blogspot.com/2017/09/blog-post_93.html. – Дата доступа: 31.03.2021.

2. Ключевые концепции управления проектами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pmpractice.ru/knowledgebase/managment/keypoints/>. – Дата доступа: 31.03.2021.

3. План действий при управлении рисками проекта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nevasport.ru/80888-sportivnyj-merchandajzing-kak-prodazhi-kruzhek-delayut-kluby-populyarnymi/>. – Дата доступа: 01.04.2021.

4. Европейские игры 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sputnik.by/minsk2019/20190702/1041863381/Skolko-deneg-potratile-turisty-i-minchane-vo-vremya-II-Evropeyskikh-igr.html>. – Дата доступа: 31.03.2021.

УДК 338.48–32:004

Щура О.В.

Белорусский государственный университет физической культуры
Институт менеджмента спорта и туризма
Республика Беларусь, Минск

Shchura O.

Belarusian State University of Physical Culture
Institute of Sports and Tourism Management
Republic of Belarus, Minsk

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКСКУРСИОННОГО ТУРИЗМА

Данная статья посвящена актуальным проблемам кризиса индустрии туризма, векторным направлениям восстановления культурно-познавательного и внутреннего туризма, использованию цифровых и информационных технологий как наиболее перспективных для восстановления экскурсионного туризма.

Индустрия туризма; кризис; культурно-познавательный туризм; экскурсия; информационные технологии; виртуальные туры; дополненная реальность.

PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF EXCURSION TOURISM

This article is dedicated to actual problems of excursion service crisis, multi-pronged directions of cultural and internal tourism recovery, usage of digital and information technologies as most perspective for excursion tourism recovery.

Tourism, crisis; cultural tourism; excursion; information technologies; virtual tour; augmented reality.

Устойчивое развитие индустрии туризма, направленное на формирование конкурентоспособного туристического комплекса, обеспечивающего поддержание высокого уровня удовлетворения потребностей туристов, подверглось серьезным потрясениям в 2020 году. Белорусский туристический рынок, как и вся мировая туристическая сфера, оказался наиболее уязвимой отраслью перед лицом главного вызова этого года – пандемией COVID-19 и введением беспрецедентных ограничительных мер противозидемиологического характера, а также закрытием границ. Потери туристической отрасли, по подсчетам Международной туристической организации, оценивают в 910 миллиардов – 1,2 триллиона долларов США, спад отрасли составил 60–80 % [1].

В Республике Беларусь, по оценкам специалистов, экспорт туристических услуг за апрель-октябрь 2020 г. снизился на 98 %, существенно пострадала система организации въезда, нарушены производственные цепочки формирования, продвижения и реализации турпродукта, а внутренний туризм приобрел в большей степени неорганизованный характер [2]. В настоящий момент для туристической отрасли Беларуси болезненные проявления кризиса выявились не только в сокращении туристических организаций на рынке, потере квалифицированных кадров, но и в недобросовестной конкуренции. Туристические компании обращают внимание на проблему поддержки национальных туроператоров, недобросовестную конкуренцию со стороны иностранных сервисов и стремление исключить национальных туроператоров из цепочки создания туристического продукта [2].

Текущее состояние туристической отрасли определяют как глубокий кризис, в то же время, рассматривают как важный период трансформации и преобразований, который должен переориентировать сферу туризма и изменить туристический продукт.

Актуальная проблема в туристической сфере – не просто восстановление отрасли, а необходимость сделать туризм более безопасным, качественным, разнообразным и, в то же время, ответственным за социум и окружающую среду. Сокращение потоков организованных туристов, популяризация экологического и культурно-познавательного туризма, активизация внутреннего туризма, цифровые технологии – это векторные направления восстановления и дальнейшего развития отрасли.

Приоритетные направления для Беларуси – содействие развитию внутреннего культурно-познавательного и экологического туризма, разработка инновационных туров и экскурсий, активное внедрения ИТ-технологий и программных систем, новые технологии сопровождения туристов. С одной стороны, это определенные капиталовложения и затраты, достаточно существенные в условиях сокращения доходов отрасли, с другой стороны, популяризация регионального туризма, продвижение рекламное и информационное туристических объектов, содействие формированию национальных туристических продуктов, активизация деятельности смежных отраслей.

Информационные технологии обеспечивают инновационный формат в сфере туризма: туристическая навигация, моделирование туристической программы, интерактивные макеты, экскурсионные туры с дополненной реальностью, виртуальные путешествия и экскурсии. Последние являются неотъемлемой частью интернет-пространства – известные музеи мира: Лувр, Эрмитаж, Британский музей, Сикстинская капелла, музеи Нью-Йорка активно применяют информационные технологии в своей деятельности. В условиях пандемии, вынужденной изоляции и социального дистанцирования данные ресурсы оказались весьма востребованными и популярными, а в определенный период и единственно возможным форматом представить экспозиции и выставки для посетителей.

Новейшие 3D-web-технологии, компьютерная графика создают такую качественную визуальную выразительность, которая позволяет совмещать образность формата изображения высокого разрешения и специфику небольшого экрана – монитора. Компьютерная техника передает реальный мир на мониторе компьютера, абсолютно не искажая его и сохраняя всю неповторимость окружающей действительности.

Создание виртуальных экспозиций и туров по музею позволяет передвигаться по залам в любом удобном порядке, рассматривать сферические панорамы, приближаться к экспонатам и получать интересующую информацию простым кликом мыши. В режиме 3D могут быть воспроизведены мельчайшие детали декора, подлинных документов, фотографий, особенности планировки и многое другое. Использование информационных технологий дает возможность оцифровывать и демонстрировать новые материалы, которые ранее были доступны узкому кругу специалистов, архивные кино-, видео-, фотоматериалы, предоставить более подробную, расширенную информацию об экспонатах, о музее для самостоятельного изучения.

Использование информационных технологий существенно расширило возможности музеев Беларуси, которые создали в интернете собственные ресурсы – виртуальные туры: «Мемориальный комплекс “Брестская крепость-герой”», Музей истории Великой Отечественной войны, Национальный художественный музей Республики Беларусь. Виртуальные туры позволяют сокращать нагрузку на объекты, создавать безопасную среду для посетителей, но при этом

сохранять популярность у потенциальных посетителей, которые будут возвращаться при первой возможности. Такого типа информационные продукты могут быть реализованы на базе сотрудничества коммерческих платформ, которые создают в настоящий момент виртуальные 3D-туры по достопримечательным местам Беларуси в высоком качестве изображения и, например, музеев, архивов, которые могут предоставить информационное сопровождение проектов, основываясь на подлинных документах и материалах [3].

Перспективное направление для белорусского туристического рынка – обзорные экскурсии с дополненной реальностью. В рамках этой технологии с помощью специального программного обеспечения реальность добавляется различными виртуальными элементами.

Интерактивный макет – это совмещение объемного физического макета с любым мультимедийным контентом. Это могут быть визуальные и звуковые эффекты, инфографика, трехмерные объекты, объемные проекции и прочие технологии, интегрированные в конструкцию интерактивного макета при помощи мультимедийных экранов, очков, видеопроекций или технологии дополненной реальности. Интерактивный мультимедийный макет может запускаться как на специальные плазменные экраны, видеостены; на объекты с помощью проекции; так и мобильные устройства с использованием камеры. С помощью дополненной реальности можно получить как краткую, так и расширенную информацию об интересующей достопримечательности, просматривать архивные фотоматериалы, отражающие изменение внешнего вида объекта, видеозаписи и т. д., и, таким образом, сформировать эффект «присутствия в истории».

Цифровые технологии – это не только новый качественный туристический продукт, но и формирование безопасной культурной и социальной среды с уменьшением количества контактов и взаимодействий между людьми, индивидуализация туризма, активизация внутреннего экскурсионного туризма, когда «старый» туристический объект можно увидеть «по-новому», сокращение нагрузки на окружающую среду. Цифровые технологии не заменят ярких живых эмоций от реального посещения достопримечательных мест, но позволят делиться эмоциями и впечатлениями, что поддерживает интерес к объектам, ценность предложения и позволяет сохранять потенциальный спрос.

1. Пололикашвили, З. Оказание поддержки и помощи в координации в интересах безопасного и устойчивого восстановления туризма [Электронный ресурс] / З. Пололикашвили, А. Гурриа // The World Tourism Organization (UNWTO). – 2020. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/ru/taxonomy/term/356>. – Дата доступа: 30.03.2021.

2. Наривончик, Д. Туризм, которого нет: отраслевое министерство не слышит бизнес-союзы [Электронный ресурс] / Д. Наривончик // Экономическая газета. – 15.12.2020. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/turizm-kotorogo-net>. – Дата доступа: 30.03.2021.

3. Каталог виртуальных туров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://3dmap.by/catalog/architecture/>. – Дата доступа: 30.03.2021.