

ние ряда последовательных этапов анализа с применением адекватных каждому этапу экспертных методов:

1. Планирование и организация работ – обоснование критериев приемлемого риска, типологии водных объектов сплава и гребных судов и пр.

2. Идентификация рисков, присущих походам по водным объектам Беларуси – определение причин и источников опасных событий, ситуаций, обстоятельств, которые могут оказать существенное влияние на вероятность несчастных случаев в походных условиях. Здесь рационально применение метода предварительного анализа опасностей и метода «Что, если?» [1].

3. Предварительная оценка рисков – построение матрицы последствий и вероятностей неблагоприятных событий на сплаве, отбор основных источников опасностей для дальнейшей процедуры оценки рисков.

4. Оценка рисков – разработка сценариев опасных ситуаций, возможных на маршруте похода (методы качественного анализа «Что, если?», «Галстук-бабочка»); количественная оценка рисков опасных ситуаций методом «Дерево событий» [1].

В итоге выполненных исследований предложен алгоритм и обоснованы методы оценки рисков водных походов по равнинным рекам и озерам. Процедура оценки рисков базируется на качественных и количественных экспертных методах оценки рисков производственной деятельности. На основании проведенного анализа рисков должна быть выстроена система безопасности рекреационных водных походов по рекам и озерам Республики Беларусь.

1. ГОСТ Р ИСО/МЭК 31010 – 2011 Менеджмент риска. Методы оценки риска. – М.: Стандартинформ, 2012. – 74 с.

2. Одерышев, А. В. Оценка риска: обзор существующих методик идентификации опасностей / А. В. Одерышев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-riska-obzor-suschestvuyuschih-metodik-identifikatsii-opasnostey>. – Дата доступа: 10.03.2017.

СМАРТ-ТУРИЗМ ДЛЯ ТУРИСТОВ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

Пригун М.В.

Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры
(Минск, Республика Беларусь)

В XXI веке развитие информационных технологий и средств коммуникации коренным образом изменило индустрию туризма. Участникам туристического бизнеса приходится иметь дело с туристами нового поколения – умными, искушенными, «заточенными» на технологии. Очевидно, что сейчас ключевое

значение приобретают технологии, которые облегчают персонализацию поездки, социальное взаимодействие и доступ к информации со всевозможных мобильных устройств – это smart-технологии.

На сегодняшний день концепция Smart используется во многих сферах: в промышленности, производстве товаров и услуг (smart-TV, smart-home, smart-phone) [1; 2]. Многие исследователи перенесли эту идею на образование – smart-образование, smart-университет и даже на общество – smart-общество [1; 2]. smart – термин, который используется для описания электронных, экономических, социальных новшеств, основанных на согласованном использовании различных технологий, связанных с большими открытыми данными, новыми способами подключения, обмена информацией, анализом и прогнозом (например, интернет вещей, RFID-метки, и технология NFC).

В последнее время smart применяют и к туристической области под названием smart-туризм [1; 2]. Направление smart-туризма объединяет в себе планирование туризма на территории, применение принципов устойчивости к цепочке начисления стоимости, внедрение технологий в туристические впечатления и предоставление услуг, эффективное управление ресурсами и способность реагировать на потребности и особенности поведения туристов [2]. Однако smart-туризм остается плохо определенным как концепция, которая препятствует ее теоретическому развитию и практическому внедрению [1; 2; 3].

В контексте туризма smart используется для описания сложной амальгамы smart-элементов: smart-дестинации, smart-управление, smart-приложения, smart-бизнес, smart-опыт и т. д. Инновации включаются в туризм в следующих направлениях: устойчивое развитие туристических зон, построенных на инфраструктуре самых современных технологий, доступных каждому; взаимодействие потребителя и интеграция его в окружение; повышение качества опыта в дестинации; улучшение качества жизни жителей.

В мире достаточно примеров использования smart-элементов в туристической сфере. В Барселоне предлагаются интерактивные приюты для автобусов. Амстердам тестирует датчики для лучшего управления толпой. Брисбен установил более 100 маяков в различные объекты для передачи информации туристам через мобильное приложение. Сеул вкладывает средства в предоставление бесплатного wi-fi, а также смартфонов для туристов. Амстердам, Севилья, Копенгаген – самые велосипедные города со smart-инфраструктурой. В Европе многие из инициатив в области Smart-туризма были рождены из умных городских проектов smart-city. Нельзя не отметить белорусский smart-проект «Брест-СимбиоСити».

Развитие smart-туризма уже началось. Однако систематическая и широко-масштабная координация, совместное использование, а также использование туристических данных для создания ценности все еще находятся в зачаточном состоянии [1; 2; 3].

1. Корягина, Н. Н. Smart-туризм как часть Smart-концепции / Н. Н. Корягина // Маркетинг и логистика. – 2017. – № 6 (14). – С. 45–57.

2. Smart tourism: foundations and developments / Ulrike Gretzel [et al.] // Electron Markets. – 2015. – № 25. – С. 179–188.

3. Constructivism in smart tourism research: Seoul destination image / J. Hwang [et al.] // Asia Pacific Journal of Information Systems. – 2015. – № 25 (1). – С. 163–178.

КЕЙС-МЕТОДЫ И ПРАКТИКООРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАНИЯ КАК ОСНОВА ОСВОЕНИЯ КУРСА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Разуванов В.М., Тумилович О.Я.

Институт Туризма Белорусского государственного университета
физической культуры
(Минск, Республика Беларусь)

Методы обучения, основанные на активном вовлечении субъектов в решение разнообразных задач, связанных с будущей профессиональной деятельностью, обладают не только высоким дидактическим потенциалом, но, что не менее важно, эффективно решают задачи мотивации, организации учебной деятельности, а также формирования навыков коллективных взаимодействий. При изучении учебного материала по циклу профессиональных дисциплин, особенно у студентов младших курсов, остро стоит проблема осознанности обучения, что связано с отсутствием четких ориентиров будущей профессиональной деятельности. Разрешить данную проблему, на наш взгляд, возможно, используя методы практикоориентированных заданий и проблемные кейс-методы.

В данном материале мы предлагаем примерный перечень практических заданий, эффективность которых апробирована и подтверждена в процессе изучения дисциплины «Менеджмент качества в индустрии гостеприимства» за более чем 10-летний период.

Одним из наиболее популярных базовых заданий по управленческим дисциплинам, в том числе и менеджменту качества, является «создание предприятия», которое может использоваться как сквозное внутри отдельной дисциплины, так и в качестве междисциплинарного (менеджмент, маркетинг, экономика, информационные технологии, логистика, туроперейтинг и др.). В курсе менеджмент качества студенты разрабатывают миссию, видение, слоган, стратегические цели, политику в области качества, руководства по качеству, стандарты обслуживания по различным процессам, обосновывают модель мотивации персонала, обеспечивающую соблюдение принципа всеобщей вовлеченности в деятельность по качеству, реализацию философии «Кайзден», разрабатывают модели взаимодействия с поставщиками, партнерами, иными заинтересо-