

5. В рамках X Международного фестиваля театров кукол, для иностранной делегации была проведена экскурсия по городу Минску, и тем самым апробирована магистерская работа студентки магистратуры Института туризма.

Таким образом, все проведенные Клубом экскурсоводов кафедры социально-гуманитарных дисциплин в туризме и гостеприимстве Института менеджмента спорта и туризма мероприятия в 2017–2018 учебном году позволили раскрыть студентам свой потенциал, продемонстрировать свой профессиональный уровень, а также дать выход самореализации студенческой активности. Ежегодно участники клуба пишут дипломные работы, связанные с разработкой экскурсий, и проводят их апробацию на базе Клуба экскурсоводов и Туристического центра.

1. Романенко, Н. М. Содержание процесса самообразования студентов как педагогическая проблема [Электронный ресурс] / Н. М. Романенко // Научная электронная библиотека «Киберленинка». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-protsessasamoobrazovaniya-studentov-kak-pedagogicheskaya-problema>. – Дата доступа: 25.02.2019.

2. Педагогика: материалы к коллоквиумам: учеб.-метод. пособие / сост. И. О. Карелина. – Рыбинск: Филиал ЯГПУ, 2012. – 105 с.

УДК 338.48:004.8

Петрушенко А.С.

Белорусский государственный университет физической культуры
Республика Беларусь, Минск

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Petrushenka A.S.

Belarusian State University of Physical Culture
Republic of Belarus, Minsk

USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TOURISM

ABSTRACT. The use of artificial intelligence will improve the process of formation and promotion of tourism services. And also will form a new approach to consumers of tourism services due to their clustering in the market.

KEYWORDS: artificial intelligence; neural networks; augmented reality; autonomous delivery.

АННОТАЦИЯ. Использование искусственного интеллекта позволит усовершенствовать процесс формирования и продвижения туристических услуг. А также сформирует новый подход к потребителям туристических услуг за счет их кластеризации на рынке.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: искусственный интеллект; нейронные сети; дополненная реальность; автономная доставка.

В современном мире большую роль уделяют созданию искусственного интеллекта и внедрению его во все сферы жизнедеятельности человека. Туристическая отрасль не остается в стороне и на базе туристических организаций создается современное программное обеспечение, которое модернизирует процесс создания и продвижения туристических услуг. Искусственный интеллект позволяет за короткий срок анализировать большие объемы информации, кластеризировать базы данных по выделенным критериям, создавать математические модели и др.

В туристической индустрии существуют ряд технологических трендов, которые в ближайшем будущем изменят весь туристический рынок.

Искусственный интеллект.

Времена турагентов, подбирающих в офисе туристический продукт покупателю, окончательно проходят, так как потенциал технологий искусственного интеллекта в туристической индустрии превосходит возможности поисковых систем, туристических порталов, туристических агрегаторов и реальных сотрудников предприятий на местах.

Для туристических компаний главная цель – «освоить» персонализированный опыт клиента. Персонализированные услуги, наиболее подходящие для конкретного клиента, являются сильным конкурентным преимуществом. Именно искусственный интеллект помогает подбирать такие услуги, поскольку позволяет обработать большой объем данных и создать персонализированный продукт намного быстрее, чем традиционные технологии поиска.

Примером таких приложения является личный помощник – «турагент» от компании Mezi. С помощью многочисленных поисковых систем с данными о путешествиях, Mezi создает матрицу «идеального» туристического продукта, анализируя сообщения пользователя, поисковые запросы и другую интернет-активность. Например, если вы больше интересуетесь магазинами, национальными парками и одновременно аттракционами, искусственный интеллект сможет проще составить неординарное путешествие, нежели сотрудник, пытающийся выбрать что-то подходящее из набора «стандартных» туров.

Дополненная реальность.

Дополненная реальность – это визуальная Википедия с проецируемой непосредственно на сами объекты информацией о каждом предмете, здании или улице, позволяющая обеспечить более глубокое взаимодействие людей с окружающим миром и друг с другом. Дополненная реальность визуализируется с помощью приложений на мобильных устройствах.

С помощью технологий дополненной реальности туристы смогут получить уникальные услуги:

- интерактивные туры по музеям;
- систему достижения целей во время путешествия;
- культурно-обогащающие анимированные игры;
- оживление архитектуры туристических городов;
- отели с дополненной реальностью;
- транспорт с дополненной реальностью.

Автономная доставка.

Для упрощения поездки разрабатывают дроны-курьеры и автономные чемоданы. Эти новые технологии позволяют не отвлекаться на передвижение личных вещей и быть полностью поглощенным в процесс путешествия.

Достоверность присутствия.

Новая биометрическая технология, которая позволяет распознавать лица с целью идентификации и подтверждения личности, посредством которых возможна реализация процедуры прохождения контроля безопасности в аэропорту или процесса покупки без использования наличных денег, кредитных карт и очередей.

Виртуальная реальность.

Виртуальная реальность – это технология полного погружения в виртуальный мир, стимулирующая интерес к новым знаниям и способствующая росту продаж дополнительных услуг и премиум-сервисов. VR-шлемы нового поколения способны воспроизводить изображения высокого разрешения в трехмерном пространстве, что дает возможность исследовать туристические виртуальные объекты как из космоса, так и изнутри. Такого вида экскурсионное обслуживание дает возможность посетить самые далекие уголки планеты за небольшую плату из одного стационарного места. Кроме того, виртуальная реальность позволяет в одном сеансе посещения обслуживать большое количество пользователей. Контакты между пользователями одной сессии в виртуальной реальности создает эффект присутствия, а это в свою очередь создает иллюзию реального путешествия в кругу семьи или друзей.

Нейроинтерфейсы.

Технология обмена информацией между человеческим мозгом и электронными устройствами. Нейроинтерфейсы могут быть использованы для управления автономным чемоданом-курьером. Либо для исполнения системы достижения целей во время путешествия. Например, турист запланировал посетить в определенной последовательности туристические объекты в регионе. Посредством нейросети будет настроен маршрут в GPS-координатах, где будет уделяться внимание не только посещениям запланированных туристических объектов, но и физическому состоянию туриста с организацией его отдыха и удовлетворением его физиологических потребностей.

Ограничений в использовании искусственного интеллекта.

Использование искусственного интеллекта в формировании и продвижении туристического продукта повлекут изменения не только на рынке туристических предприятий. Изменения произойдут в логических цепочках процесса поиска товаров и услуг самих потребителей. Эти изменения затронут сам процесс восприятия качественных и количественных характеристик туристического продукта. Программное обеспечение будет выступать не помощником в процессе выбора, а критериальным эталоном желаний потребителей. Градация целевых потребителей с помощью искусственного интеллекта приведет к тому, что признаки, по которым будет производится классификация, будут применимы ко всем потребителям в одном кластере. А это сделает сам процесс выбора туристического продукта навязанным машинным интеллектом.

С другой стороны, чтобы воспользоваться в полной мере новыми технологиями, придется научить потребителей думать в данной маркетинговой парадигме. Крупным компаниям придется с помощью различных маркетинговых инструментов сначала обучать своих клиентов, а затем уже продвигать в этой среде свою новую продукцию. Это понесет значительные затраты в сфере гостеприимства повсеместно.

В целом, с развитием и внедрением искусственного интеллекта, произойдут глобальные изменения на рынке индустрии гостеприимства. Это будет новый качественный скачок, который приведет к новому этапу развития индустрии во всем мире.

1. Будущее туризма: пять факторов [Электронный ресурс] // ТУРПРОМ – туристический портал: новости туризма, горящие туры, отзывы туристов. – Минск, 2019. – Режим доступа: <https://www.tourprom.ru/news/34207/>. – Дата доступа: 18.03.2019.

2. Искусственный интеллект – будущее сферы туризма [Электронный ресурс] // ООО ИК «Фридом Финанс». – Минск, 2019. – Режим доступа: <https://ffin.ru/market/review/82/56998/>. – Дата доступа: 18.03.2019.

УДК 796.5

Подлиских В.Е.,

Бородавко К.О.

Белорусский государственный университет физической культуры
Республика Беларусь, Минск

**ПРИМЕНЕНИЕ КАРТОГРАФИЧЕСКОГО МЕТОДА ОЦЕНКИ
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИЙ ДЛЯ
ОБОСНОВАННОГО ВЫБОРА РАЙОНОВ ПРОВЕДЕНИЯ
УЧЕБНО-СПОРТИВНЫХ ПЕШЕХОДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПОХОДОВ**

Podlisskikh V.E.,

Borodavko K.O.

Belarusian State University of Physical Culture
Republic of Belarus, Minsk

**CARTOGRAPHIC METHOD APPLICATION OF TOURIST-RECREATIONAL
POTENTIAL TERRITORY EVALUATION FOR REASONABLE SELECTING
CONDUCTING EDUCATIONAL AND SPORTS HIKING TRIP AREAS**

ABSTRACT. The article formulates methodology of assessing tourism and recreational potential of the territories for selecting optimal sport and study trip areas. The algorithm proposed and the stage content of the assessment procedure are substantiated, which are based on application of cartographic research method.

KEYWORDS: recreational and tourist potential; potential indicators; potential assessment; educational and sport tourist trips.

АННОТАЦИЯ. В статье представлена процедура экспресс-оценки рекреационно-туристского потенциала территорий для выбора оптимального района проведения пешеходных учебно-спортивных походов 1-й категории сложности. Обоснованы алгоритм и содержание этапов процедуры оценки на базе применения картографического метода исследований.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: рекреационно-туристский потенциал; показатели потенциала; оценка потенциала; учебно-спортивные туристские походы.

Выбор района проведения туристского похода является компонентом стратегического планирования. Климатогеографические особенности района во многом