

можно использовать и в сфере туризма для привлечения внимания к интересным туристическим местам.

Источники

1. *Лунева, Е. А.* Роль событийного маркетинга в развитии туристских дестинаций : дис. / Е. А. Лунева ; Ом. гос. техн. ун-т. — Омск, 2017. — 204 л.
2. *Слогоцкий, Д. А.* Событийный маркетинг как инструмент повышения туристической привлекательности территории / Д. А. Слогоцкий // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. — 2016. — № 1 (11). — С. 96–99.
3. *Мартышенко, Н. С.* Ивент-маркетинг как инструмент продвижения туристской территории // Сборник научных трудов SWORLD. — 2013. — Т. 19, № 3. — С. 4–17.
4. *Ахундова, А. Г.* Исследование типов событийного туризма и их классификация / А. Г. Ахундова // Экономика Профессия Бизнес. — 2023. — № 3. — С. 5–11.
5. *Климова, Т. Б.* Опыт развития событийного туризма в РФ и за рубежом / Т. Б. Климова, Е. В. Вишневская // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. — 2014. — Т. 1, № 1. — С. 36–41.

СНИЛ «Тураналитик»

Е. А. Потапейко, Б. В. Янишевский

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — М. В. Козловская

ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРУ УСЛУГ: ПРИМЕНЕНИЕ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ И ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В КУЛЬТУРНОМ ТУРИЗМЕ НА ПРИМЕРЕ ГРОДНЕНСКОГО ЗАМКОВОГО КОМПЛЕКСА

В современном мире технологии стремительно меняют туристическую индустрию. В условиях растущего интереса к культурному туризму внедрение таких технологий, как виртуальная реальность (VR) и искусственный интеллект (ИИ), может значительно повысить его привлекательность, особенно для молодого поколения. В рамках данной работы был разработан инновационный концептуальный проект «Хроники гродненских замков». Данный проект является нашей авторской разработкой и в настоящее время не реализован в Гродненском замковом комплексе. Наша концепция демонстрирует потенциальные возможности применения современных технологий (VR и ИИ) для преобразования традиционных экскурсий в интерак-

тивный образовательный опыт. Проект учитывает все архитектурные и исторические особенности замкового комплекса, что делает его максимально аутентичным и образовательно ценным. Проект предлагает инновационный подход к воссозданию трех ключевых исторических периодов, позволяя посетителям не просто наблюдать за историей, а активно участвовать в ней.

На первом этапе экскурсии зрители погружаются в атмосферу XVI в. и становятся свидетелями торжественного въезда короля Стефана Батория в Старый замок, ощущают атмосферу придворного этикета, церемоний и быта того времени.

На втором этапе участники перемещаются в XVIII в. Виртуальная реконструкция осады города в 1706 г. позволяет участникам наблюдать за событиями, связанными с военными действиями, тактикой ведения боя и дипломатическими переговорами. Посетители могут видеть расположение шведских и русских войск, а также стать свидетелями важных исторических моментов, таких как массовые собрания и военные советы. Уникальность данного этапа заключается в том, что все военные сцены воссозданы на основе исторических документов и археологических находок.

Наконец, третий этап предлагает взгляд в будущее, где Гродно представлен как возрожденный с использованием современных технологий культурно-исторический центр. Посетители имеют возможность увидеть, как замковый комплекс может выглядеть спустя десятилетия, когда VR и ИИ будут использоваться для интерактивного обучения и сохранения культурного наследия.

Экономическая оценка проекта «Хроники гродненских замков»

Показатель	Значение
Первоначальные инвестиции:	
Разработка VR-контента и программного обеспечения, р.	250 000
Закупка VR-оборудования (20 комплектов), р.	70 000
Обучение персонала и маркетинг, р.	30 000
Итого	350 000
Прогнозируемые ежегодные доходы:	
Стоимость билета, р.	30
Расчетная посещаемость, чел. в день, р.	50
Годовой доход (при работе 300 дней), р.	525 000
Операционные расходы (персонал, обслуживание, коммунальные услуги), р.	225 000
Ожидаемая годовая прибыль, р.	300 000
Срок окупаемости проекта, лет	1,5–2

Проект «Хроники гродненских замков» демонстрирует, как технологии могут быть успешно интегрированы в сферу услуг. Инновационные решения в туризме могут помочь сохранить историческую память и сделать ее доступной для будущих поколений. Особо стоит отметить, что проект предусматривает возможность дальнейшего расширения и модернизации. Технологическая база проекта позволяет регулярно обновлять контент, добавляя новые исторические факты и артефакты по мере их обнаружения археологами и историками.

СНИЛ «Тураналитик»

Е. А. Потапейко, Б. В. Янишевский

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. В. Толкач

МЕНЕДЖМЕНТ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Фестивали, возникшие как важное направление в туристической индустрии, не только привлекают туристов, но и оказывают значительное влияние на социальную жизнь, культуру и структуру общества, становятся площадками для обмена культурными традициями, способствуют возрождению и развитию народных обычаев, создавая уникальный опыт как для местных жителей, так и для гостей страны.

Одним из ярких примеров фестивального туризма в Беларуси является фестиваль Viva Braslav в курортном городке в Витебской области на севере страны. В его программе: спортивные соревнования по волейболу и футболу, музыкальные выступления белорусских и зарубежных групп, разнообразные аттракционы, полеты на вертолете и воздушном шаре. Это делает фестиваль привлекательным для широкой аудитории и способствует росту туристического интереса к Браславу и его окрестностям.

Перспективы развития фестивального туризма в Беларуси многообещающие. Расширение географического охвата фестивалей позволяет привлекать туристов со всего мира, что способствует развитию местной экономики. Интеграция современных технологий (виртуальная и дополненная реальность, мобильные приложения, социальные сети и др.) открывает новые горизонты для взаимодействия с посетителями. Важным аспектом также является развитие экологических и устойчивых практик. Многие фестивали, включая Viva Braslav, принимают меры для снижения своего воздействия на окружающую среду, что улучшает имидж мероприятия и привлекает внимание экологически сознательных туристов.