

Радіонова О. М.,

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри туризму і готельного господарства;

Іванова А. Ю.,

студентка кафедри туризму і готельного господарства,
*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЙ В СФЕРІ ТУРИЗМУ

Розвиток технологій у сучасному світі сприяє нерозривному співіснуванню людини та цифрових технологій. Масове користування різноманітними гаджетами впливає на зміни у структурі організації заходів в сфері туризму. Наприклад, завдяки поширенню сучасних технологій, створення мобільних додатків і веб-ресурсів відкривають нові можливості, як для організаторів заходу, так і для його відвідувачів (туристів).

Одним з потужних інструментів на івент-ринку є гейміфікація. Гейміфікація – це використання ігрових механік для залучення та стимулювання активності аудиторії під час заходу. Сам термін широко поширився у другій половині 2010 року, коли в США проаналізували результати застосування різними компаніями нового маркетингового ходу, що поєднує ігрові та соціомедійні технології. Засновником ідеї просування ігрових елементів в усі сфери життя став психолог Г. Зіхерман, під керівництвом якого в Нью-Йорку в 2011 році пройшов перший «Ігрофікаційний саміт» (Gamification Summit).

Щоб отримати ефективний результат від гейміфікації, необхідно дотримуватись певних принципів:

1. давати учаснику свободу вибору – вступати у гру, або ні;
2. розбити процес гри на рівні, щоб утримувати інтерес;
3. для посилення мотивації, необхідно впровадити систему винагород;
4. створити соціальну середу, де людина зможе відчувати конкуренцію й заохочувати себе до більш активних дій.

Якщо розглядати на практиці, цей метод працює наступним чином: за активне користування певними функціями спеціального мобільного додатку або інтернет-ресурсів накопичуються бали. Організатор може сам вирішувати, яку кількість балів та за які саме дії їх нараховувати. Окрім цього, він може просувати певний вид активності під час заходу. Наприклад, це може бути реєстрація на захід, оцінка виступів спікерів або участь у опитуваннях. Підсумовуючи кількість балів учасників, формується рейтинг, лідери якого отримують певні призи. Така система дає можливість зібрати статистичні дані, що дозволяють простежити за реакцією відвідувачів й більш детально вивчити свою цільову аудиторію, щоб у подальшому орієнтуватися на нові підходи до зацікавлення людей й організувати наступні івент події ефективнішими за попередні.

Відвідування тематичного івенту, музею або виставки починає розглядатися вже зовсім під іншим і незвичним кутом, привносячи в процес такий елемент, як інтерактивна взаємодія.

Безумовно, гейміфікація затребувана не у всіх заходах, а лише в тих, де є гостра необхідність зробити наповнення програми «легшим», так би мовити, в ігровій формі, щоб отримати певний ефект. Цей ефект вимірюється рядом показників, серед яких основними є велика емоційна залученість учасників (туристів) в процес за рахунок ігрового формату (створення легенди / історії в рамках завдання) і використання сучасних технологій; постійний і вимірний зворотний зв'язок з учасниками. У підсумку захід виходить більш динамічним, цікавим і різноманітним, створює емоції і враження, які безпосередньо впливають на його результат.

Сьогодні віртуальний світ має неабиякий вплив на суспільство, метод гейміфікації має великі перспективи. Сфера туризму зацікавлена в тому, щоб інтегрувати методи гейміфікація в свої бізнес процеси і залучати більшу кількість туристів.

Список літератури:

1. Гейміфікація в організації заходів. URL : <https://ubihall.com.ua/uk/2019/09/09/pograemo-geimifikatsiia-v-organizatsii> (дата звернення: 10.02.2020)

2. Диджитализация мероприятия: зачем это нужно. URL : <https://rb.ru/opinion/klassnyi-event> (дата звернення: 02.03.2020)

3. Геймификация в мобильном приложении. URL : <https://blog.eventicious.com/geimifikatsiia-v-mobilnom-prilozhenii> (дата звернення: 21.02.2020)

УДК 338.48 (477)

Федоренко Т. М.

аспірант кафедри підприємництва і торгівлі,
*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг*

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТА ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА РОЗВИТОК РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

На сьогодні одним з головних критеріїв забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг України є застосування інновацій, що позитивно впливають не тільки на процес просування, продажу туристичного продукту або надання туристичної послуги, а і на економіку країни в цілому.

Варто відзначити, що саме впровадження інновацій на ринку туристичних послуг дає значний поштовх до динамічного розвитку наявних фінансових, матеріальних та природно-географічних можливостей країни, та як результат, спонукає суб'єктів ринку туристичних послуг постійно вдосконалювати та